

**PERAN PEMERINTAH KABUPATEN PATI DALAM MENGERAKKAN  
EKONOMI KREATIF PADA WISATA RELIGI**

(Studi kasus Makam Syekh Ahmad Mutamakkin Kajen Pati)

**SKRIPSI**

Disusun untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1  
dalam Ilmu Ekonomi Islam



Oleh:

**WISNU TRI PAMUNGKAS**

**1405026006**

**EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG**

**2019**



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka kampus III Ngaliyan (024) 7601291 Fax. 7624691  
Semarang 50185

Hal : PERSETUJUAN PEMBIMBING  
An. Sdra. Wisnu Tri Pamungkas

Kepada

Yth. Dekan Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Wisnu Tri Pamungkas

NIM : 1405026006

Jurusa : Ekonomi Islam

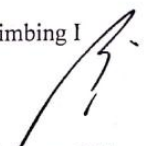
Judul Skripsi : **Peran Pemerintah Kabupaten Pati Dalam  
Menggerakkan Ekonomi Kreatif Pada Wisata Religi**  
(Studi Kasus Syekh Ahmad Mutamakkin Kajen Pati).

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi mahasiswa tersebut dapat segera diujikan.

Demikian harap menjadi maklum adanya dan kami ucapkan terimakasih.


*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing I

  
Dr. H. Imam Yahya, M. Ag  
NIP. 197004101995031001

Semarang, 1 Juli 2019

Pembimbing 2

  
Cita Sary Dja'akum, S.H.I., M.E.I.  
NIP. 198204222015032004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang, Kode Pos 50185

PENGESAHAN

Skripsi Saudara : Wisnu Tri Pamungkas

NIM : 1405026006

Judul : Peran Pemerintah Kabupaten Pati Dalam Menggerakkan  
Ekonomi Kreatif Pada Wisata Religi (Studi Kasus Syekh  
Ahmad Mutamakkin Kajen Pati)

Telah dimunafasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan  
predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal 22 Juli 2019 dan dapat diterima  
sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana strata 1 tahun akademik 2018/2019.

Semarang, 25 Juli 2019

Ketua Sidang

Drs. H. WAHAB, M.M.  
NIP. 196909082000031001

Sekretaris Sidang

Dr. H. IMAM YAHYA, M.Ag  
NIP. 197004101995031001

Penguji Utama I

M. NADZIR, S.H.I M.Si  
NIP. 197309232003121002

Penguji Utama II

H. ADE YUSUF MUJADDID, M.Ag  
NIP. 196701191998031002

Pembimbing I

Dr. H. IMAM YAHYA, M. Ag  
NIP. 197004101995031001

Pembimbing II

CITA SARY DIA'AKUM, S.H.I.M.E.I.  
NIP. 198204222015032004

## MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِنْ نَسِينَا أَوْ  
أَخْطَأْنَا رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إَصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا طَاقَةَ  
لَنَا بِهِ وَاعْفُ عَنَّا وَاعْفِرْ لَنَا وَارْحَمْنَا أَنْتَ مَوْلَانَا فَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ. (البقره: ٢٨٦)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala (dari kebajikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya. (Mereka berdoa): "Ya Tuhan kami, janganlah Engkau hukum kami jika kami lupa atau kami tersalah. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau bebankan kepada kami beban yang berat sebagaimana Engkau bebankan kepada orang-orang sebelum kami. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau pikulkan kepada kami apa yang tak sanggup kami memikulnya. Beri maaflah kami; ampunilah kami; dan rahmatilah kami. Engkaulah Penolong kami, maka tolonglah kami terhadap kaum yang kafir". (Q.S Al-Baqarah ayat 286)

## PERSEMBAHAN

Saya persembahkan skripsi ini teruntuk:

1. Ibu dan Bapak tercinta yang tiada pernah hentinya selama ini memberiku semangat, do'a, dorongan, nasehat, kasih sayang, serta pengorbanan yang tak tergantikan. *“Rabbighfirli waliwalidayya warhamhuma kama rabbayani shaghira”*
2. Untuk keempat saudaraku tercinta Lingga Pati Raharja, Amilia Wijayanti, Indah Mella Waisari dan Wahyu Panca Aditya yang selalu menyemangati dan mendoakan penulis.
3. Untuk segenap warga negara Indonesia, pelaku Ekonomi Kreatif kabupaten Pati, Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata kabupaten Pati, Bappeda kabupaten Pati, Islamic Center Kajen dan terkhusus Wisata religi Makam Syekh Ahmad Mutamakkin Kajen Pati.
4. Saudara-saudara saya dan Tim Pelatih di IPSI Kab. Pati, UKM PSHT UIN Walisongo Semarang, Posko 50 KKN MIT ke 4 yang telah memberikan dukungan moril serta materiil selama pendidikan S1 secara penuh.
5. Teman-teman seperjuangan di EI angkatan 2014, terkhusus kelas EIA yang telah senantiasa berbagi ilmu serta bantuan dalam pembuatan skripsi ini.
6. Sahabat-sahabat saya Mas Anggi Patria, Muhammad Suprayitno, Dhika kusuma, Mahmudi Rokhim, Yunia subekti, Aan, Mauli, Rokim, Mas Aryo, Mas Qohar, Mas Edi, Mas Dur, Mas Hari, Mas Hamzah, Mas Bul, Vina, Jibrán, Teo, Malinda, Gozali, Agus, Setiyo, Azis dan masih banyak lainnya yang telah memberi dukungan moril serta materiil dalam keseharian saya di kampus.

Semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu, terimakasih sedalam-dalamnya.

### DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 16 Juli 2019

Yang menyatakan,

  
  
**Wisnu Tri Pamungkas**  
NIM 1405026006

## TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut :

### A. Konsonan

ء = ' (alif)	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = ' (ayin)	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

### B. Vokal

اَ = a

اِ = i

اُ = u

### C. Diftong

أَيَّ = ay

أَوْ = aw

### D. Syaddah

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya الطَّبُّ *al-thibb*.

### E. Kata Sandang (...ال)

Kata sandang (...ال) ditulis dengan *al*-... misalnya الصَّنَاعَة = *al-shina 'ah*.

*Al*- ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

### F. Ta' Marbutah

Setiap *ta' marbutah* ditulis dengan "h" misalnya الطَّبِيعِيَّةُ الْمَعِيشَةُ = *al-ma'isyah al-thabi'iyah*.

## ABSTRAK

Peran pemerintah sangat krusial dalam perkembangan ekonomi kreatif. Sebagai penggerak/regulator dalam kegiatan ekonomi kreatif, lembaga pemerintah mempunyai peran tersendiri untuk mengembangkan industri kreatif terutama wisata religi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis peran pemerintah dalam menggerakkan ekonomi kreatif di wisata religi makam Syekh Ahmad Mutamakkin KAJEN PATI.

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif yang dilakukan secara deskriptif analisis. Lokasi penelitian dilakukan di wisata religi makam Syekh Ahmad Mutamakkin KAJEN PATI. Dengan sumber data yang terbagi menjadi dua yaitu, sumber data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data yaitu meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi. Selanjutnya data yang terkumpul digambarkan dan dijabarkan secara jelas mengenai objek penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Setelah itu data dirangkum, kemudian disajikan, setelah itu data dianalisis dan ditarik kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini membuktikan. Pemerintah belum bisa memberi peran yang signifikan dalam menggerakkan ekonomi kreatif di wisata religi makam Syekh Ahmad Mutamakkin, dikarenakan terbatasnya akses pemerintah kabupaten Pati yang disebabkan hal pemegangan otoritas, yang dipegang para dzurriyah (keturunan) Syekh Ahmad Mutamakkin, kyai dan sesepuh. Sehingga akses pemerintah untuk mengembangkan dan menggerakkan ekonomi kreatif di wilayah ini terbatas.

**Kata Kunci:** Ekonomi Kreatif, Peran Pemerintah, Wisata Religi



## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah rabbil 'alamin*, penulis panjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, keselamatan, hidayah, serta kemudahan kepada penulis, shalawat serta salam penulis sanjungkan kepada Nabi Muhammad Saw beserta keluarga, sahabat-sahabatnya, dan kepada penerus ajarannya yang senantiasa mengajak umat Islam untuk tetap melangkah di jalan yang diridai oleh Allah SWT. Dengan terselesaikannya skripsi dengan judul **“Peran Pemerintah Kabupaten Pati Dalam Menggerakkan Ekonomi Kreatif Pada Wisata Religi (Studi kasus Makam Syekh Ahmad Mutamakkin Kaji Pati)”**. Penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi penulis, dan bermanfaat bagi pembaca. Skripsi ini disusun sebagai salah satu prasyarat untuk menyelesaikan program studi Sarjana Strata 1 dalam ilmu Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Penulis menyadari dalam penulisan Skripsi ini penulis telah banyak menerima bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan penuh rasa hormat penulis ingin menyampaikan banyak terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Imam Yahya, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Dr. H. Ahmad Furqon, Lc. M.A., selaku ketua jurusan Ekonomi Islam dan bapak Mohammad Nadzir, S.Hi, M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam, terimakasih atas kebijakan yang dikeluarkan khususnya yang berkaitan dengan penulisan skripsi ini.
4. Bapak Dr. H. Imam Yahya, M.Ag, selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, memberikan tenaga, memberikan pengarahan, serta pemikirannya untuk mendampingi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan memberikan banyak ilmu baru kepada penulis.
5. Cita Sary Dja'akum, S.H.I.,M.E.I., selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pemikirannya untuk mendampingi penulis.

6. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak berbagi pengalaman, memberikan pengetahuan kepada penulis, serta tenaga kependidikan yang telah memberikan sarana dan prasarana kepada penulis.
7. Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata kabupaten Pati yang telah banyak membantu dan berbagi pengalaman, memberikan fasilitas, saranna dan prasarana demi kelancaran penelitian ini.
8. BAPPEDA kabupaten Pati yang telah membantu dan berbagi pengalaman, memberikan fasilitas, saranna dan prasarana demi kelancaran penelitian ini.
9. Islamic Center Kajen yang telah membantu dan berbagi pengalaman, memberikan fasilitas, saranna dan prasarana demi kelancaran penelitian ini.

Semarang, 10 Juli 2019

Wisnu Tri pamungkas  
NIM. 1405026006

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Judul.....</b>	<b>i</b>
<b>Halaman Persetujuan Pembimbing.....</b>	<b>ii</b>
<b>Halaman Pengesahan.....</b>	<b>iii</b>
<b>Motto.....</b>	<b>iv</b>
<b>Halaman Persembahan.....</b>	<b>v</b>
<b>Deklarasi.....</b>	<b>vi</b>
<b>Transliterasi.....</b>	<b>vi</b>
	<b>i</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>viii</b>
<b>Kata Pengantar.....</b>	<b>ix</b>
<b>Daftar Isi.....</b>	<b>xi</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
<b>A. Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah.....</b>	<b>7</b>
<b>C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....</b>	<b>7</b>
<b>D. Tinjauan Pustaka.....</b>	<b>8</b>
<b>E. Metode Penulisan Skripsi .....</b>	<b>13</b>
<b>F. Sistematika Penulisan Skripsi.....</b>	<b>17</b>
 <b>BAB II PEMBAHASAN UMUM TENTANG TOPIK</b>	
<b>A. Triple Helix.....</b>	<b>19</b>
<b>B. Strategi.....</b>	<b>28</b>
<b>C. Ekonomi Kreatif.....</b>	<b>32</b>
<b>D. Pariwisata.....</b>	<b>40</b>
<b>1. Pengertian Pariwisata.....</b>	<b>40</b>
<b>2. Jenis Pariwisata.....</b>	<b>41</b>
<b>3. Wisata Religi.....</b>	<b>43</b>
<b>a) Pengertian Wisata Religi</b>	<b>43</b>
<b>b) Wisata Religi Dalam Perspektif Islam</b>	<b>43</b>

### **BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

<b>A. Gambaran Umum Wisata Religi Makam Syeikh Ahmad Mutamakkin KAJEN PATI.....</b>	<b>45</b>
<b>1. Mengenal Desa KAJEN.....</b>	<b>45</b>
<b>2. Syeikh Ahmad Mutamakkin dan Peninggalannya.....</b>	<b>46</b>

### **BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN**

<b>A. Peran Pemerintah Dalam Menggerakkan Ekonomi Kreatif di Wisata Religi Makam Syeikh Ahmad Mutamakkin KAJEN PATI..</b>	<b>54</b>
<b>B. Strategi Pemerintah Dalam Menggerakkan Ekonomi Kreatif di Wisata Religi Makam Syeikh Ahmad Mutamakkin KAJEN PATI..</b>	<b>60</b>

### **BAB V PENUTUP**

<b>A. Kesimpulan.....</b>	<b>65</b>
<b>B. Saran.....</b>	<b>66</b>

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel	1.1	Pertumbuhan PDB sektor Ekonomi Kreatif.....	4
Tabel	1.2	Data Masyarakat dan Pekerjaan Penduduk Desa Kajen.....	6
Tabel	4.1	Subsektor Unggulan.....	62
Tabel	4.2	Subsektor Prioritas.....	63



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar belakang**

Perekonomian Indonesia pada tahun 2017 yang di ukur berdasarkan PDB (Produk Domestik Bruto) atas dasar harga berlaku mencapai Rp 13.588,8 triliun dan PDB perkapita mencapai Rp 51,89 juta atau US \$ 3.876,8. Ekonomi Indonesia pada tahun 2017 tumbuh 5,07 % lebih tinggi dibanding capaian tahun 2016 sebesar 5,03%. Struktur ekonomi Indonesia secara spasial tahun 2017 di dominasi oleh wilayah provinsi di pulau jawa dan pulau Sumatra. Wilayah provinsi Sumatra dan pulau jawa memberikan kontribusi terbesar terhadap Produk Domestik Bruto yakni sebesar 58,49 % diikuti oleh pulau Sumatra sebesar 21,66 %, dan pulau Kalimantan sebesar 8.20 %.<sup>1</sup>

Pembangunan ekonomi daerah yang kuat dan berkelanjutan merupakan sebuah kolaborasi yang efektif antara pemanfaatan sumberdaya yang ada di masyarakat dan pemerintah. Pada sisi ini pemerintah sebagai regulator berperan strategis dalam mengupayakan kesempatan yang luas bagi masyarakat lokal untuk berpartisipasi penuh dalam setiap aktivitas ekonomi. Dalam rangka peningkatan perekonomian bangsa presiden RI telah mengeluarkan Peraturan Kepala Badan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomer 10 Tentang Pemberian Bantuan Pemerintah Untuk Pendanaan Awal Rintisan Usaha Bisnis (start up). Untuk itu perlu memacu pertumbuhan bisnis dalam rangka menciptakan lapangan pekerjaan, daya saing, dan kesejahteraan masyarakat.<sup>2</sup>

Ekonomi kreatif merupakan sektor yang dapat mengkolaborasikan seluruh kekayaan yang dimiliki oleh Indonesia secara berkelanjutan. Kreativitas akan mendorong inovasi yang menciptakan nilai tambah yang lebih tinggi dari sumber daya alam yang ada. Total jumlah usaha di

---

<sup>1</sup><https://bps.go.id>. Diakses pada 05 Desember 2018

<sup>2</sup>[http://www.bekraf.go.id/downloadable/pdf\\_file/160814-peraturan-kepala-badab-ekonomi-kreatif-republik-indonesia- nomor-10-tahun-2016](http://www.bekraf.go.id/downloadable/pdf_file/160814-peraturan-kepala-badab-ekonomi-kreatif-republik-indonesia- nomor-10-tahun-2016)

Indonesia yang bergerak dalam industri kreatif sangatlah besar, dan sebagian besar adalah UKM, yaitu pada tahun 2013 mencapai 5,4 juta dan merupakan lapangan usaha terbesar ke-3 dibawah sektor pertanian, peternakan, kehutanan, dan perikanan (31 juta), serta perdagangan hotel dan restoran (10juta). Dari 15 subsektor ekonomi kreatif, sebagian besar usaha kreatif bergerak di subsektor kuliner (3juta), mode (1,1juta) dan kerajinan (1juta). (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2014).<sup>3</sup>

Hal ini dapat dicapai dalam mekanisme koordinasi yang baik melalui sebuah badan nasional untuk pengembangan ekonomi kreatif yang melibatkan 2 aktor tersebut. Indonesia memiliki banyak potensi ekonomi kreatif, seperti desainer berkelas Internasional, arsitek, musisi, artis panggung bahkan ada sutradara /produser yang sudah mendunia. Indonesia juga mempunyai produk-produk khasnya seperti batik, songket Palembang, patung Bali, keunikan Papua, sampai pada meubel Jepara yang telah di akui mancanegara.<sup>4</sup>

Dalam bidang jasa, industri kreatif berkembang sangat pesat, seperti pada industri jasa pendidikan, keuangan, perbankan, perhotelan, penerbangan, pariwisata, transportasi, telekomunikasi, dan informasi. Sektor pariwisata bisa menjadi sumber pendapatan yang sangat besar dan bisa dikantongi oleh pemerintah setempat jika dikerjakan secara serius. Pariwisata dan ekonomi kreatif merupakan dua hal yang saling berpengaruh dan dapat saling bersinergi apabila dikerjakan dengan sangat baik. Oleh karena itu dalam konsep Pariwisata ada 3 konsep yaitu, *something to see*, *something to do*, dan *something to buy*.<sup>5</sup> Tiga kolaborasi aktor utama penentu yakni, Cendekiawan (*intellectual*), bisnis (*business*), pemerintah (*government/regulator*) yang bisa disebut dengan *system triple helix* yang bisa menentukan kekuatan bangunan

---

<sup>3</sup> Yuhana Astuti dan Annisa Anggraini, *Modal Intelektual Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Studi Kasus Pada Sentra Kerajinan Sepatu Cibaduyut Bandung*, Jurnal Universitas Telkom 2015. hal 103

<sup>4</sup> <http://pontianakkota.go.id/index/php/litbangmenu/beritadatalitbang/232/ekokomi-kreatif-prospeknya-sebagai-lokomotif-baru-pengembangan-perekonomian-kota>

<sup>5</sup> Suparwoko, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Sebagai Penggerak Industri Pariwisata*, Simposium Nasional 2010



industri kreatif. Ketiga aktor ini merupakan penggerak lahirnya kreativitas, ide ilmu pengetahuan dan teknologi yang vital bagi tumbuhnya industri kreatif.<sup>6</sup> Peran pemerintah krusial dalam mengkomersialisasikan kekayaan intelektual melalui peningkatan kapasitas sumberdaya manusia melalui pendidikan dan pelatihan peningkatan kekayaan intelektual dan inovasi nasional serta penciptaan ekosistem yang kondusif dan kreatif dalam mendorong industri kreatif, antara lain melalui skema pendanaan kekayaan intelektual yang mampu mengakomodasi hak cipta dan merek dagang sebagai jaminan perbankan. Salah satu upaya pengembangan ekonomi kreatif membutuhkan kolaborasi antara pemerintah dan industri kreatif.<sup>7</sup>

Ekonomi kreatif akan menjadi trend ekonomi dunia dalam beberapa tahun mendatang. Stagnasi pertumbuhan ekonomi dan degradasi lingkungan yang semakin mengkhawatirkan mendorong seluruh dunia untuk lebih mengedepankan kreatifitas dalam berkehidupan ekonomi yang memaksimalkan nilai tambah dari suatu produk barang dan jasa dalam rangka berkelanjutan kehidupan dan peradaban manusia. Sementara ini di Indonesia ekonomi kreatif di Indonesia, Ekonomi kreatif merupakan penyumbang PDB ATAS DASAR HARGA BERLAKU (ADBH) terbesar ketujuh dari sepuluh sector ekonomi penyumbang pertumbuhan ekonomi. Pada tahun 2010-2013 nilai PDB (ADBH) ekonomi kreatif rata-rata sebesar 555 triliun dengan kontribusi rata-rata 7.1% terhadap PDB nasional.

Hasil penelitian di provinsi D.I. Yogyakarta dan Nusa Tenggara Barat menunjukkan bahwa ekonomi kreatif di dua provinsi tersebut bersumber dari industri kreatif yang sekaligus merupakan industri Unggulan ke dua daerah. Industri kreatif yang ada sebagian menunjang pariwisata daerah ini. Untuk mengembangkan industri kreatif ini pemerintah pusat melakukan kerjasama dalam program pengembangan dan promosi. Hal ini dilakukan guna meningkatkan pasar produk industri kreatif. Dalam hal-hal pembinaan, pemerintah daerah sudah berusaha memberikan pelatihan kepada sumberdaya

---

<sup>6</sup> Maulel Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*, Jakarta: Rajagrafindo persada, 2010, h,237

<sup>7</sup> <https://www.kemlu.go.id/diakses-pada-tanggal-20-desember-2018>

manusia industri kreatif kecil dan menengah agar dapat meningkatkan keterampilan. Disadari bahwa pelatihan ini masih jauh dari cukup untuk dapat memberikan kesempatan kepada setiap pelaku industri di daerah tersebut untuk memperoleh kesempatan.<sup>8</sup>

Banyak daerah di Indonesia yang memiliki potensi wisata. Objek wisata yang memiliki potensi wisata di daerah memiliki keanekaragaman tersendiri, tentunya akan menambah keanekaragaman yang akan memberikan banyak alternatif kunjungan wisata. Hal ini diharapkan mampu menarik wisatawan untuk berkunjung. Dalam usaha untuk mengembangkan objek dan daya tarik wisata, kegiatan promosi dan pemasaran harus ditingkatkan secara terarah, terencana, terpadu dan efektif. Dengan memanfaatkan kerjasama kepariwisataan regional dan global hal ini akan mudah untuk dilakukan.<sup>9</sup>

Tabel 1.1

**Pertumbuhan PDB Subsektor Ekonomi Kreatif (persen)**

SUBSEKTOR		2011	2012	2013	2014	2015
1	Arsitektur	8,93	6,68	6,07	6,91	6,62
2	Desain Interior	7,66	7,4	6,51	5	6,09
3	Desain komunikasi visual	5,71	4,98	2,71	9,06	10,28
4	Desain produk	0,96	2,75	1,94	2,85	2,03
5	Film, Animasi dan Vedio	8,36	4,89	3,34	5,31	6,68
6	Fotografi	4,97	2,95	1,65	4,71	6,13
7	Kriya	5,56	2,67	2,85	3,65	4,51
8	Kuliner	4,64	5,51	5,19	5,04	3,94
9	Musik	7,18	8,36	5,02	7,47	7,26
0	Fashion	9,45	5,79	7,99	4,08	2,8
11	Aplikasi dan Game developer	6,22	5,69	4,47	5,85	5,04
12	Penerbitan	3,45	5,53	5,11	3,98	4,89
13	Periklanan	8,42	4,19	3,93	9,74	6,36
14	Televisi dan Radio	13,44	14,31	11,32	11,67	8,38
15	Seni Pertunjukan	7,32	9,34	6,01	7,55	6,03

<sup>8</sup> Sani alhusain, Achmad, "Peran Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif" Jakarta, Sekretariat Jenderal DPR RI, 2015

<sup>9</sup> Nyoman S. Pendit, *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*, Pradnya Paramita, Jakarta, 2003, hal 15

16	Seni Rupa	6,59	5,79	4,29	2,4	5,69
PRODUK DOMESTIK BRUTO EKRAF		6,33	5,72	5,75	5,19	4,38

Sumber : Bekraf

Wisata religi atau pilgrim bisa juga disebut wisata ziarah. Ziarah merupakan berkunjung ketempat suci atau tempat bersejarah seperti Kota Mekah, Madinah atau tempat serupa seperti tempat para ulama yang telah tiada.<sup>10</sup>

Sebagaimana firman Allah SWT (QS. AL- An'am 6 : 11-12)

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ أَنْظِرُوا كَيْفَ كَانَ عِقَابُ الْمُكَذِّبِينَ (١١)  
قُلْ لِمَنْ مَا فِي السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ قُلْ لِلَّهِ كُنْتُ عَلَى نَفْسِهِ الرَّحْمَةُ لِيَجْمَعَنَّكُمْ إِلَى يَوْمِ  
الْقِيَمَةِ لَا رَيْبَ فِيهِ الَّذِينَ خَسِرُوا أَنْفُسَهُمْ فَهُمْ لَا يُؤْمِنُونَ. (١٢)

“Katakanlah (Muhammad), “berjalanlah di muka bumi, kemudian perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang mendustakan itu. Katakanlah (Muhammad), “Milik siapakah apa yang ada di langit dan di bumi.” Katakanlah , “Milik Allah.” Dia telah menetapkan (sifat) kasih sayang atas diri-Nya. Dia sungguh akan mengumpulkan kamu di hari kiamat yang tidak diragukan lagi. Orang-orang yang meragukan dirinya, mereka itu tidak beriman.” (QS. AL- An'am 6 : 11-12)<sup>11</sup>. Maksud dari kontek wisata religi dalam ayat ini adalah untuk merenungi keindahan ciptaan Allah SWT, menikmati indahnya alam, sebagai pendorong jiwa manusia untuk menguatkan keimanan, dan memiliki tujuan mulia.

Pati adalah sebuah kabupaten di provinsi jawa tengah. Kabupaten ini berada pada jalur pantura pulau jawa. Pada saat ini pemerintah kabupaten Pati sedang mengembangkan perekonomian di sektor pariwisata yakni wisata alam dan wisata religi. Objek wisata religi yang dapat mendongkrak

<sup>10</sup> <http://www.wisatamu.com/wisata-religi.html> diakses pada 6 maret 2019

<sup>11</sup> Kementerian Agama RI, *AL-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: Penerbit Jabal, 2010, h,129.

perekonomian di Pati salah satunya obyek wisata Syekh Ahmad Muttamakkin Kajen karena potensi pengunjungnya.

Peran pemerintah sangat krusial dalam perkembangan ekonomi kreatif. Sebagai penggerak/regulator dalam kegiatan ekonomi kreatif, lembaga pemerintah mempunyai peran tersendiri untuk mengembangkan industri kreatif. Pemerintah pusat dan pemerintah daerah bersinergi untuk melakukan kerjasama dalam hal pembinaan dan pelatihan untuk meningkatkan daya saing dalam persaingan industri kreatif. Pengelolaan *outlet-outlet* di dalam kompleks makam Wisata Religi Makam Syekh Ahmad Mutamakkin di kelola oleh pemerintahan Desa Kajen. Jenis-jenis produk kreatif yang di jual di *outlet-outlet* tersebut berupa bedug, baju, rebana, souvenir yang berkaitan dengan ziarah, peci, kaligrafi dan barang-barang yang di perlukan untuk berziarah.

Tabel 1.2

Data masyarakat dan pekerjaan penduduk Desa Kajen  
Pati

No	Pekerjaan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1	<b>Belum Bekerja</b>	591	550	1141
2	<b>Guru swasta</b>	48	64	112
3	<b>Mengurus rumah tangga</b>	5	334	339
4	<b>Pelajar/Mahasiswa</b>	666	559	1125
5	<b>Wiraswasta</b>	1029	860	1889
6	<b>Lain-lain</b>	229	163	392
	<b>JUMLAH</b>	<b>2568</b>	<b>2530</b>	<b>5098</b>

Sumber : [Kajen-margoyoso.desa.id/Kepedudukan/](http://Kajen-margoyoso.desa.id/Kepedudukan/)

Dari tabel diatas, di ketahui data penduduk yang telah diolah oleh Pemerintah Desa Kajen. Dari total 5098 jiwa, jumlah masyarakat yang

bekerja sebagai wiraswasta yaitu 1889 jiwa, yang di persentasekan pelakunya 34% ibu-ibu, 40% bapak-bapak, dan 36% wiraswasta muda.<sup>12</sup>

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, penulis tertarik untuk mengangkat judul “Peran Pemerintah Kabupaten Pati dalam Menggerakan Ekonomi Kreatif pada Wisata Religi, Studi Kasus Wisata Religi Makam Syekh Ahmad Mutamakkin Kajen Pati”. maka penulis mencoba mengidentifikasi permasalahan yang akan di teliti dan mengangkat rumusan masalah sebagai berikut:

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana peran pemerintah dalam menggerakkan ekonomi kreatif di wisata religi makam Syekh Ahmad Mutamakkin Kajen Pati?
2. Bagaimana strategi pemerintah dalam menggerakkan ekonomi kreatif di wisata religi makam Syekh Ahmad Mutamakkin Kajen Pati?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk menganalisis peran pemerintah dalam menggerakkan ekonomi kreatif di wisata religi makam Syekh Ahmad Mutamakkin Kajen Pati.
- b. Untuk menganalisis strategi pemerintah dalam menggerakkan ekonomi kreatif di wisata religi makam Syekh Ahmad Mutamakkin Kajen Pati.

### **2. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian diharapkan mempunyai manfaat baik secara teoritis maupun praktis, yaitu sebagai berikut:

#### **a. Manfaat Teoritis**

---

<sup>12</sup> Kajen-margoyoso.desa.id/Kepedudukan/ di akses pada tanggal 10 Juli 2019

- 1) Bagi akademisi dapat digunakan sebagai sarana untuk menambah dan mengembangkan khasanah ilmu pengetahuan ekonomi, khususnya dalam bidang ekonomi kreatif.
- 2) Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan dasar pertimbangan dan bahan ilmiah yang dapat berguna untuk bahan kajian atau informasi bagi pengelola wisata religi dan pelaku bisnis ekonomi kreatif.

#### **b. Manfaat Praktis**

##### **1) Bagi Penulis**

Bagi penulis diharapkan penelitian dapat memperluas ilmu pengetahuan baik secara teori maupun praktik.

##### **2) Bagi Pelaku usaha**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan motivasi bagi para pelaku bisnis, sekaligus sebagai koreksi untuk meningkatkan hasil kerja

##### **3) Bagi Lembaga Pemerintah**

Dari Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk membantu, memberikan perhatian dan pembinaan secara berkelanjutan kepada wisata religi dan ekonomi kreatif dalam pengembangannya.

#### **D. Tinjauan Pustaka**

1. Penelitian Hari Hermawan dengan judul *“Dampak Pengembangan Wisata Desa Nglanggeran Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal”*. Hasil menunjukkan bahwa pengembangan desa wisata membawa dampak yang positif bagi perkembangan ekonomi masyarakat lokal di Desa Nglanggeran, diantaranya: Meningkatnya penghasilan masyarakat Desa Nglanggeran; Meningkatnya peluang kerja dan berusaha masyarakat lokal di sektor pariwisata; Dengan adanya peraturan lokal yaitu pembatasan investasi asing yang masuk berdampak pada meningkatnya kepemilikan dan kontrol masyarakat lokal serta kebanggaan untuk bekerja dan berusaha di desanya sendiri; Pendapatan

pemerintah melalui retribusi wisata. Sedangkan indikasi dampak negatif terhadap ekonomi lokal berupa kenaikan harga barang tidak ditemukan. Dari hasil penelitian diketahui bahwa pengembangan desa wisata Nglanggeran cenderung membawa dampak positif bagi ekonomi lokal.<sup>13</sup>

2. Suparwoko, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Sebagai Penggerak Industri Pariwisata*, Simposium Nasional 2010. Sinergi antara ekonomi kreatif dengan sektor wisata merupakan sebuah model pengembangan ekonomi yang cukup untuk dikembangkan di Indonesia, termasuk Kabupaten Purworejo. Untuk mengembangkan ekonomi kreatif sebagai penggerak sektor wisata dibutuhkan konektivitas, yaitu dengan menciptakan *outlet* produk-produk kreatif di lokasi dan dekat dengan lokasi wisata. *Outlet* tersebut dapat berupa *counter* atau sentra kerajinan yang dapat di kemas dalam paket-paket wisata. Outlet kerajinan berupa counter atau toko sebaiknya dikembangkan pada tempat wisata yang sudah populer seperti masjid agung dan alun-alun purworejo. Pada sentra kerajinan, wisatawan tidak hanya sekedar memberi souvenir, tetapi melihat proses pembuatannya, dan bahkan ikut serta dalam proses pembuatannya bahkan ikutserta dalam pembuatannya tersebut. Potensi batik selain untuk kebutuhan souvenir pariwisata juga bisa untuk kebutuhan seragam sekolah dan pegawai. Untuk menggerakkan industri kreatif dalam perekonomian dan kepariwisataan Purworejo, maka potensi kerajinan batik perlu dikembangkan dan didukung melalui kebijakan pemerintah. Sebagai contoh, Pemda Purworejo bekerja sama dengan DPRD, tokoh dan pengusaha batik menyusun Perda seragam batik untuk para pegawai negeri, swasta, sekolah (SD, SMP, dan SMA). Perda perlu disiapkan dengan Instansi terkait untuk mengembangkan produksi batik cap secara bertahap sesuai dengan kebutuhan seragam.

---

<sup>13</sup> Hari Hermawan, *Dampak Pengembangan Wisata Desa Nglanggeran Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal*, 2016

Setelah akses cukup jelas, maka usaha kerajinan perlu ditingkatkan pada aspek keterampilan SDM perajin, akses teknologi dan financial. Sehingga peran pemerintah perguruan tinggi dan dana bergulir dari BUMN sangat dibutuhkan.<sup>14</sup>

- 3) Penelitian Dani Danuar Tri U dengan judul “*Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Semarang*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM kreatif di kota Semarang belum dapat dijadikan sebagai penopang utama perekonomian di kota Semarang. Hal tersebut dikarenakan industri besar telah mendominasi di kota ini. UMKM kreatif di kota Semarang memiliki kemampuan yang terbatas serta mengalami permasalahan dalam pengembangan usahanya. Hal ini menyebabkan UMKM kreatif belum mampu memberikan ciri khas tersendiri bagi kota Semarang. Permasalahan yang dihadapi UMKM kreatif di Kota Semarang diantara lain permodalan, bahan baku dan factor produksi, tenaga kerja, biaya transaksi, pemasaran dan HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual). UMKM berbasis ekonomi kreatif memerlukan kerjasama dari berbagai pihak untuk mencapai kemajuan di dunia usaha. Tidak hanya pemerintah dan pelaku UMKM itu sendiri, tetapi juga masyarakat perlu turut serta mengembangkannya<sup>15</sup>
- 4) Dias Satria “*Strategi Pengembangan Ekowisata Berbasis Ekonomi Lokal Dalam Rangka Program Pengentasan Kemiskinan Di Wilayah Kabupaten Malang*” Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya, 2009. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pulau Sempu merupakan wilayah wisata yang dapat dikembangkan menjadi ekowisata yang menarik bagi wisatawan domestik dan internasional yang ingin menikmati konsep ekowisata. Pengembangan ekowisata di wilayah Pulau Sempu hendaknya dapat diselaraskan dengan kondisi sosial dan ekonomi

---

<sup>14</sup> Suparwoko, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Sebagai Penggerak Industri Pariwisata, Simposium Nasional, Universitas Islam Indonesia, 2010*

<sup>15</sup> Dani Danuar Tri U, “*Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Semarang*”. Skripsi, Semarang Universitas Diponegoro 2013



masyarakat, serta tidak berbenturan dengan upaya konservasi yang telah dilakukan pemerintah daerah di wilayah ini. Pengembangan ekowisata di Pulau Sempu semaksimal mungkin harus dapat melibatkan masyarakat dan pemerintah daerah secara optimal dalam setiap proses-proses didalamnya. Hal ini dilakukan guna memberikan ruang yang luas bagi masyarakat setempat untuk menikmati keuntungan secara ekonomi dari pengembangan ekowisata di wilayah ini. Peningkatan kerjasama perlu untuk ditingkatkan dengan institusi atau lembaga terkait, seperti agen perjalanan dan unit aktivitas mahasiswa pecinta alam, guna melahirkan ide-ide yang kreatif guna pengembangan wilayah ekowisata. Selain itu keterlibatan mereka juga diharapkan untuk memperkuat konsep ekowisata di wilayah Pulau Sempu.<sup>16</sup>

- 5) Usisa Rohmah, Ardli Johan Kusuma, Fachry Rohilie, *Upaya Pemerintah Dalam Peningkatan Industri Batik Bakaran Di Kabupaten Pati Melalui Program Ekonomi Kreatif*, Program Studi Ilmu Pemerintahan Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, 2017. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemerintah sudah memberikan dukungan terhadap para pengrajin Batik Bakaran untuk melakukan pengembangan melalui pelatihan SDM untuk merangsang inovasi pengrajin batik dalam hal penciptaan motif dan warna Batik Bakaran agar lebih diminati konsumen. Namun ternyata hal tersebut belum mampu meningkatkan daya saing Batik Bakaran di industri nasional. Solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan meningkatkan kemampuan para pelaku industri batik bakaran yang meliputi: (1) kemampuan memperkokoh posisi pasarnya, (2) kemampuan menghubungkan dengan lingkungannya, (3) kemampuan

---

<sup>16</sup> Dias Satria, "*Strategi Pengembangan Ekowisata Berbasis Ekonomi Lokal Dalam Rangka Program Pengentasan Kemiskinan Di Wilayah Kabupaten Malang*" Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya, 2009.

meningkatkan kinerja tanpa henti, dan (4) kemampuan menegakkan posisi yang menguntungkan.<sup>17</sup>

- 6) Reni Endang Sulastri, Nova Dilastrri, *Peran Pemerintah Dan Akademisi Dalam Memajukan Industri Kreatif Kasus Pada Ukm Kerajinan Sulaman Di Kota Pariaman*, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, 2015. Hasil dari penelitian usaha kerajinan sulaman di Kota Pariaman adalah usaha yang sudah turun temurun dengan mempunyai pola dan desain yang khas. Namun persoalannya adalah jumlah usaha ini dari tahun ketahun mengalami penurunan dengan banyak alasan dan permasalahan yang timbul. Peran pemerintah selama ini banyak dilakukan untuk pengrajin dan penguasha tetapi keinginan pengrajin dan penguaha yang sangat sulit ingin merubah diri menjadi kendala pemerintah di dalam meningkatkan kualitas usaha ini.<sup>18</sup>
- 7) Rosmawaty Sidauruk, *Peningkatan Peran Pemerintah Daerah Dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Provinsi Jawa Barat*, Badan Penelitian dan Pengembangan Kementerian Dalam Negeri, 2013. Hasil penelitian menunjukkan, Pemerintah Provinsi Jawa Barat sudah membuat peraturan daerah dan cetak biru ekonomi kreatif. Permasalahan antara lain: masih sulit memisahkan antara sub sektor industri kreatif dengan sektor lainnya sehingga penganggarannya belum khusus bernama kegiatan ekonomi kreatif, belum optimalnya kemudahan perijinan, investasi dan perlindungan HAKI, masalah permodalan, dan daya dukung riset terhadap ekonomi kreatif masih kurang. Disarankan perlu lebih berkomitmen siap memfasilitasi pemasaran hasil, mempermudah akses pelaku usaha terhadap

---

<sup>17</sup> Usisa Rohmah, Ardli Johan Kusuma, Fachry Rohilie, *Upaya Pemerintah dalam peningkatan industri Batik Bakaran Di Kabupaten Pati Melalui Program konomi Kreatif*, Program Studi Ilmu Pemerintahan Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, 2017

<sup>18</sup> Reni Endang Sulastri, Nova Dilastrri, *Peran Pemertintah Dan Aakademisi Dalam Memajukan industry Kreatif Kasus Pada Ukm Kerajinan Sulaman Di Kota Pariaman*, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, 2015

perbankan, perlindungan HAKI, peningkatan kerjasama antara provinsi dan kabupaten/kota untuk keberlanjutan bahan baku yang diperlukan.<sup>19</sup>

Pada penelitian kali ini penulis ingin membahas tentang peran pemerintah kabupaten pati dalam menggerakkan ekonomi kreatif pada wisata religi di Makam Syekh Ahmad Mutamakkin Kajen Pati.

## E. Metode Penulisan Skripsi

### 1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitan ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan di lapangan atau masyarakat yang berarti bahwa data diambil dari lapangan atau masyarakat.<sup>20</sup>

Penelitian yang dilakukan di lapangan, dimana di dalamnya terdapat penelitian secara cermat terhadap suatu peristiwa, program, aktivitas, proses, atau sekelompok individu yang dilakukan oleh peneliti.<sup>21</sup>

Dalam penelitian ini penulis melakukan studi langsung dilapangan untuk memperoleh data yang kongrit tentang peran pemerintah dalam penggerakan ekoomi kreatif di wisata religi studi kasus Makam Syekh Ahmad Mutamakkin Kajen Pati.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian untuk mengeksplorasi atau memotret situasi social yang akan diteliti secara menyeluruh luas dan mendalam.<sup>22</sup> Sedangkan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang

---

<sup>19</sup> Rosmawaty Sidauruk, *Peningkatan Peran Pemerintah Dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Provinsi Jawa Barat*, Badan Penelitian dan Pengembangan Kementerian Dalam Negeri, 2013

<sup>20</sup> Yusuf Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012, h.21

<sup>21</sup> Creswell, Jhon W, *Research Design, Pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixel*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009, h. 20

<sup>22</sup> Sugiono, *Netode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2008 h. 209

temuannya tidak diperoleh dari prosedur statistik atau bentuk hitungannya.<sup>23</sup>

## 2. Sumber dan Jenis Data

Sumber data didalam penelitian merupakan faktor yang sangat penting, karena sumberdata akan menyangkut kualitas dari hasil penelitian. Oleh karena itu, sumber data menjadi bahan pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data. Sumber data terdiri dari:<sup>24</sup>

### a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrument-instrumen yang telah ditetapkan. Data primer dikumpulkan peneliti untuk menjawab pertanyaan - pertanyaan penelitian.<sup>25</sup>

Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dan dokumentasi dari pemerintah desa Kajen, pengelola wisata religi Syekh Ahmad Mutamakkin dan pelaku usaha wisata religi Syekh Ahmad Mutamakkin Kajen Pati

### b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari obyek penelitian yang bersifat publik, yang terdiri atas: struktur organisasi data kearsipan, dokumen, laporan-laporan, serta buku-buku dan lain sebagainya yang berkenaan dengan penelitian ini. Dengan kata lain data sekunder di peroleh secara tidak langsung, melalui perantara atau diperoleh dan dicatat pihak lain.<sup>26</sup>

---

<sup>23</sup> Anselm Strauss dan Juliat Corbin, *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2009 h.4

<sup>24</sup> Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010, h 79

<sup>25</sup> *Ibid*, h. 82

<sup>26</sup> *Ibid*, h. 85.

Data sekunder ini dapat diperoleh dari sumber data tidak langsung berupa artikel, surat kabar, bulletin, AD/ART lembaga dan catatan-catatan lainnya sebagai penunjang dari sumber primer, juga disertai karya-karya tulis yang sesuai dengan judul penulisan. Selain itu buku-buku karya tulis, media cetak dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan judul penulisan.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.<sup>27</sup>

#### a. Observasi

Teknik observasi merupakan sebuah teknik analisis yang mengharuskan peneliti turun kelapangan mengamati segala sesuatu bentuk kegiatan yang berhubungan dengan objek penelitian. Dalam hal ini peneliti menggunakan observasi partisipatif, jadi peneliti datang ketempat namun tidak ikut terlibat dalam kegiatan.<sup>28</sup>

#### b. Wawancara (interview)

Wawancara adalah kegiatan mencari bahan (keterangan, pendapat) melalui tanya jawab lisan dengan siapa saja yang diperlukan. Wawancara diadakan untuk mengungkapkan latar belakang, motif-motif yang ada di sekitar masalah observasi.<sup>29</sup> jenis wawancara yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur dan tak terstruktur. Wawancara terstruktur ini dilakukan oleh peneliti dengan cara terlebih dahulu mempersiapkan bahan pertanyaan yang diajukan dalam wawancara nanti. Sedangkan wawancara tidak terstruktur inilah yang lebih sesuai dalam penelitian

---

<sup>27</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Cetakan-8 BANDUNG : Alfabeta, 2012, h.62.

<sup>28</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014. H.225-227

<sup>29</sup> Usman Rianse, Abdi, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi (Teori dan Aplikasi)*, Bandung: Alfabeta, 2012, h. 219

kualitatif sebab jenis wawancara tidak terstruktur ini memberi peluang kepada peneliti untuk mengembangkan pertanyaan-pertanyaan penelitian. Meski disebut wawancara tidak terstruktur, bukan berarti dialog-dialog yang ada lepas begitu saja dari konteks. Peneliti sejak awal harus memiliki fokus yang telah ditentukan.<sup>30</sup> Untuk mendapatkan gambaran permasalahan yang lebih lengkap, maka peneliti perlu melakukan wawancara kepada pihak-pihak yang mewakili berbagai tingkatan dalam obyek. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, penulis secara langsung melakukan wawancara kepada pemerintah setempat, pengelola wisata religi Ahmad Mutamakkin Kajen Pati, Pelaku usaha dan pengunjungnya sebagai salah satu pendukung untuk penguat data.

#### c. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, patung, film dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.<sup>31</sup>

Metode dokumentasi ini penulis gunakan untuk memperoleh data-data sekunder yang ada di makam Syekh Ahmad Mutamakkin Kajen Pati yakni sejarah, surat kabar, buku-buku, arsip, notulen, dokumen-dokumen, foto dan lain sebagainya yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

#### 4. Metode Analisis Data

---

<sup>30</sup> Muhammad Idris, *Metode Penelitian Ilmu Sosial Edisi Kedua*, Jakarta: Erlangga, 2009, h.107

<sup>31</sup> Sugiyono, *memahami penelitian kualitatif*, Cetakan-8, BANDUNG : Alfabeta, 2012 h.

Setelah data-data dari hasil wawancara dan dokumentasi terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah mengklasifikannya sesuai dengan permasalahan yang diteliti kemudian data tersebut disusun dan di analisis dengan menggunakan metode deskriptif analisis.

Metode deskriptif analisis yaitu menggambarkan dan menjabarkan secara jelas mengenai objek penelitian sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Setelah itu data dirangkum, memilih hal-hal yang pokok serta memfokuskan pada hal-hal yang penting. Kemudian data disajikan sehingga memudahkan untuk merencanakan kerja selanjutnya. Langkah berikutnya data dianalisis dan ditarik kesimpulannya.<sup>32</sup>

## **F. Sistematika Penulisan Skripsi**

Maksud dari sistematika dini adalah penempatan unsur-unsur permasalahan dan urutannya di dalam skripsi sehingga membentuk satu kesatuan karangan ilmiah yang tersusun rapi dan logis. Sistematika ini digunakan sebagai gambaran yang menjadi pembahasan dan penelitian sehingga dapat memudahkan bagi pembaca. Maka dapat disusun sistematika berikut:

### **1. Bagian Awal**

Dalam bagian ini terdiri dari halaman judul skripsi, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman deklarasi, halaman pedoman tranlirerasi, halaman abstrak, halaman kata pengantara, dan halaman daftar isi.

### **2. Bagian Isi**

Bagian ini terdiri dari beberapa bab, yaitu:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penulisan skripsi dan sistematika penulisan skripsi.

---

<sup>32</sup> *Ibid.* h 247

## BAB II : PEMBAHASAN UMUM TENTANG TOPIK

Dalam bab ini di uraikan konsep yang berkaitan dengan penelitian diantaranya sistem triple helix (Peran pemerintah, Cendekiawan, Pelaku Bisnis), strategi, ekonomi kreatif, ekonomi kreatif dalam pandangan Islam.

## BAB III : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang gambaran umum wisata religi makam Syekh Ahmad Mutamakkin Kajen Pati meliputi makam Syekh Ahmad Mutamakkin, Masjid Syekh Ahmad Mutamakkin Kajen, Acara adat di sekitarnya, sejarah bedirinya yayasan pengelolaan Syekh Ahmad Mutamakkin Kajen Pati. Dan gambaran umum kegiatan ekonomi kreatif meliputi aktor penggerak ekonomi kreatif dan kegiatan ekonomi kreatif di wisata religi makan Syekh Ahmad Muttamakkin Kajen Pati.

## BAB IV : ANALISIS PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis akan membahas peran pemerintah dalam menggerakan ekonomi kreatif di wisata religi makam Syekh Ahmad Mutamakkin Kajen Pati, strategi pemerintah dalam menggerakan ekonomi kreatif di wisata religi makam Syekh Ahmad Mutamakkin Kajen Pati.

## BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran -saran.

### **3. Bagian Akhir**

Dalam bagian ini berisi tentang daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan penulis dan lampiran-lampiran.



## BAB II

### PEMBAHASAN UMUM TENTANG TOPIK

#### A. Triple Helix

Pada tahun 1990-an konsep *Triple Helix* merupakan interaksi antara universitas, industri dan pemerintah yang dikembangkan oleh Etzkowitz & Leydesdorff. Konsep ini sering digunakan sebagai kerangka normatif antara peneliti untuk pemahaman interaksi antara aktor kunci dalam inovasi sebuah sistem. Selain itu juga menjadi strategi umum yang digunakan pemerintah dalam mengembangkan inovasi suatu kebijakan. Salah satu klaim utama dari tesis *Triple Helix* adalah bahwa antara akademisi, industri dan pemerintah menyediakan kondisi yang optimal untuk inovasi (Etzkowitz dan Leydesdorff 2000). Kemudian menurut Wishnu dalam APEC CEO Summit 2013 Indonesia, korelasi antara peran universitas, bisnis dan pemerintah dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi memiliki hubungan ketiga aktor integral dalam konteks *public-private-partnership* terjadi dalam sebuah konsep *Triple Helix*, yang dikenal dengan istilah ABG atau *Academic, Business & Government*. Dalam konsep *Academic, Business & Government*, industri berperan sebagai rumah produksi, sementara pemerintah adalah sumber hubungan kontraktual yang memastikan interaksi dan pertukaran yang stabil, dan universitas sebagai sumber pengetahuan dan teknologi baru. Sinergi dari ketiga sektor ini merupakan prinsip generatif dalam membangun ekonomi yang berbasis pengetahuan, yang memungkinkan tercapainya integrasi ekonomi yang lebih erat.<sup>33</sup> Tiga kolaborasi aktor utama penentu yakni Cendekiawan (*intellectual*), bisnis (*business*), pemerintah (*government/regulator*) yang bisa disebut dengan *system triple helix* yang bisa menentukan kekuatan bangunan industri kreatif. Ketiga aktor ini

---

<sup>33</sup> Muhammad Fakhrol Izzati Wilopo, *Implementasi Triple Helix Dalam Mendorong Pertumbuhan Industri Kreatif Di Kota Malang Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Untuk Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean*, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang, 2018, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 55 No. 1 Februari 2018

merupakan penggerak lahirnya kreativitas, ide, ilmu pengetahuan dan teknologi yang vital bagi tumbuhnya industri kreatif.<sup>34</sup>

1. Peran Cendekiawan (*Intellectuals*) Cendekiawan adalah orang-orang yang memiliki perhatian besar dalam mencari dan mengolah seni, ilmu pengetahuan atas renungan metafisika, dan bukan hendak mencari tujuan-tujuan praktis, serta para moralis yang dalam sikap pandang dan kegiatannya merupakan perlawanan terhadap realisme massa. Mereka adalah para ilmuwan, filsuf, seniman, ahli metafisika yang menemukan kepuasan dalam penerapan ilmu (bukan dalam penerapan hasil-hasilnya). Dari definisi diatas, kecendekiawanan itu juga ditentukan dari keinginan menerapkan ilmu dan menularkannya. Dalam konteks industri kreatif, cendekiawan mencakup budayawan, seniman, punakawan, begawan, para pendidik, di lembaga-lembaga pendidikan, para pelopor di paguyuban, padepokan, sanggar budaya dan seni, individu atau kelompok studi dan peneliti, penulis, dan tokoh-tokoh lainnya di bidang seni, budaya (nilai, filsafat) dan ilmu pengetahuan yang terkait dengan pengembangan industri kreatif. Sebagaimana diketahui bahwa landasan industri kreatif adalah sumber daya insani sehingga mereka dapat dikenali dari salah satu anggota pekerja berstrata inti super kreatif, yakni pekerjaan dari para cendekiawan. Cendekiawan memiliki kapasitas yang sangat besar dalam memperkuat basis-basis formal dan informal dari inovasi, dan memiliki kemampuan untuk mematangkan konsep-konsep inovasi dan juga memiliki kapasitas mendiseminasi informasi dengan jejaring didunia internasional. Cendekiawan disini memiliki peran sebagai agen yang menyebarkan dan mengimplementasikan ilmu pengetahuan, seni dan teknologi, serta sebagai agen yang membentuk nilai-nilai yang konstruktif bagi pengembangan industri kreatif dalam masyarakat. Akademisi sebagai bagian dari komunitas cendekiawan di

---

<sup>34</sup> Mauled Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntunan dan Kebutuhan*, Jakarta: Rajagrafindo persada, 2010, h,237

dalam lembaga pendidikan tinggi dan lembaga penelitian, memiliki peranan yang sangat besar dalam mengembangkan industri kreatif. Kontribusi akademi tersebut dapat dijabarkan dalam tiga bentuk peranan, seperti juga yang termuat dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu:

1. peran pendidikan ditujukan untuk mendorong lahirnya generasi kreatif Indonesia dengan pola pikir yang mendukung tumbuhnya karsa dan karya dalam industri kreatif.
2. Peran penelitian dilakukan untuk memberi masukan tentang model kebijakan pengembangan industri kreatif dan instrumen yang dibutuhkan, serta menghasilkan teknologi yang mendukung cara kerja dan penggunaan sumber daya yang efisien dan menjadikan industri kreatif nasional yang kompetitif; dan
3. Peran pengabdian masyarakat dilakukan untuk membentuk masyarakat dengan institusi/tatanan sosial yang mendukung tumbuh suburnya industri kreatif nasional. Dalam menjalankan perannya secara aktif, cendekiawan dituntut untuk memiliki semangat disipliner dan eksperimental tinggi, menghargai pendapat yang bersebrangan (empati dan etika), mampu memecahkan masalah secara kreatif, menjalankan observasi yang bersifat lintas sektoral, menggunakan teknologi ICT dengan fasih, menjadi anggota forum pengkayaan ilmu pengetahuan dan seni baik secara nasional maupun internasional, formal, maupun nonformal.<sup>35</sup>

## 2. Peran Bisnis (*Business*)

Dari perspektif ekonomi, bisnis adalah suatu entitas organisasi yang dikenali secara legal, dan sengaja diciptakan untuk menyediakan barang-barang, baik berupa produk maupun jasa kepada konsumen. Bisnis pada umumnya dimiliki oleh swasta dan dibentuk untuk

---

<sup>35</sup> *Ibid* h.248

menghasilkan profit dan meningkatkan kemakmuran para pemiliknya. Para pemilik dan pengelola bisnis bertujuan memperoleh keuntungan finansial sebagai hasil kerjanya dan tantangan risiko yang mereka hadapi. Tata kelola bisnis diatur oleh hukum di suatu negara dimana bisnis itu beroperasi. Bentuk-bentuk bisnis adalah: kepemilikan tunggal, kemitraan, korporasi, dan koperasi. Bisnis bisa berbasis manufaktur, jasa, eceran, dan distribusi, pertanian, mineral, finansial, informasi, real estate, transportasi, dan *utility* seperti listrik, pengairan, yang biasanya terkait dengan badan-badan pemerintahan. Dari perspektif organisasi, bisnis memiliki pengelompokan pekerjaan seperti pemasaran, penjualan, produksi, teknologi, informasi, riset, dan pengembangan. Manajemen berfungsi menerapkan operasional yang efisien dan efektif terhadap suatu bisnis. Pada saat-saat tertentu, bisnis juga membutuhkan modal tambahan, yang didapat dari pinjaman bank atau pinjaman informal atau investor baru. Bisnis juga harus dilengkapi dengan proteksi agar menghalangi kompetitor untuk menyaingi bisnis tersebut. Proteksi bisa dalam bentuk HKI yang terdiri dari paten, hak cipta, merek dagang, dan desain. Setiap bisnis pasti memiliki nama, logo, dan teknik-teknik pencitraan. Karena aspek kompetisi maka bisnis perlu mendaftarkan HKI di setiap daerah atau negara dimana terdapat kompetitor-kompetitor. Banyak negara telah menandatangani perjanjian internasional tentang HKI, dan setiap perusahaan yang terdaftar di negara-negara ini harus menaati hukum negara yang telah terikat dengan perjanjian internasional ini. Bisnis bisa juga dijual dan dibeli. Pemilik bisnis menyebut ini sebagai *exit-plan*.<sup>36</sup> Aktor bisnis adalah para pelaku bisnis, investor dan pencipta teknologi baru, serta juga merupakan konsumen industri kreatif. Mereka juga perlu mempertimbangkan dan mendukung keberlangsungan industri kreatif dalam setiap peran yang dilakoninya. Misalnya melalui prioritas penggunaan input antara

---

<sup>36</sup> *Ibid* h 250

industri kreatif domestik, seperti jasa-jasa industri kreatif dalam riset, iklan, dan lain-lain.

Peran bisnis dalam pengembangan industri kreatif ini adalah:

- a) Pencipta, yaitu sebagai *center of excellence* dari kreator produk dan jasa kreatif, pasar baru yang dapat menyerap produk dan jasa yang dihasilkan, serta pencipta lapangan pekerjaan bagi individu-individu kreatif ataupun individu pendukung lainnya.
- b) Pembentuk komunitas dan *enetrpreneur* kreatif, yaitu sebagai motor yang membentuk ruang publik tempat terjadinya *sharing* pemikiran, *mentoring* yang dapat mengasah kreativitas dalam melakukan bisnis di industri kreatif, *business coaching* atau pelatihan manajemen pengelolaan bisnis di industri kreatif.

Dalam hal ini, pelaku bisnis dituntut untuk menggunakan kemampuan konseptual yang tinggi, mampu menciptakan variasi baru berupa produk dan jasa, mahir berorganisasi, bekerja sama, berdiplomasi (semangat kolaborasi dan orkestrasi), tabah menghadapi kegagalan yang dialami, menguasai konteks teknis dan perencanaan finansial.<sup>37</sup>

### 3. Peran Pemerintah (*Government*)

Dalam konteks pengembangan industri kreatif, pemerintah didefinisikan sebagai sebuah organisasi yang memiliki otoritas untuk mengelola suatu negara. Dengan otoritas itu, pemerintah memiliki kekuasaan untuk membuat dan menerapkan hukum serta undang-undang di wilayah tertentu. Pemerintah yang dimaksud dalam hal ini adalah pemerintah pusat dan pemerintah daerah yang terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif, baik keterkaitan dalam substansi, maupun keterkaitan administrasi. Pemerintah pusat meliputi departemen-

---

<sup>37</sup>*ibid* h.252

departemen dan badan-badan. Pemerintah daerah meliputi pemerintah daerah provinsi, pemerintah daerah kabupaten dan pemerintah kota, sampai kepada hierarki terendah dalam pemerintah tersebut. Sinergi antar departemen dan badan dipemerintah pusat, dan sinergi antara pemerintah pusat dan daerah, sangat diperlukan untuk dapat mencapai visi, misi dan sasaran pengembangan industri kreatif.<sup>38</sup>

Hal ini disebabkan karena pengembangan industri kreatif bukan hanya pembangunan industri, tetapi juga meliputi pembangunan ideologi, politik, sosial dan budaya. Keterlibatan pemerintah setidaknya dilatarbelakangi oleh beberapa hal berikut:

a. Kegagalan Pasar (*Market Failure*)

Dari berbagai literatur ekonomi, diketahui bahwa kegagalan pasar pada umumnya disebabkan oleh:

1) Monopoli, yaitu penyalahgunaan kekuasaan pasar di mana produsen atau penjual bisa memberi pengaruh signifikan terhadap keluaran atau harga. Penyalahgunaan kekuasaan pasar bisa dikurangi dengan menggunakan undang-undang *anti-trust*.

2) Eksternalitas, yaitu kegiatan agen-agen ekonomi yang bisa memengaruhi aktivitas agen-agen ekonomi lainnya tanpa direfleksikan dalam transaksi-transaksi pasar. Eksternalitas dalam bentuknya bisa dilihat dari dampak yang ditimbulkan, sehingga eksternalitas bisa bersifat positif atau negatif. Eksternalitas positif terjadi dalam kasus seperti penayangan program sehat keluarga di televisi yang dapat meningkatkan kesehatan publik. Eksternalitas negatif terjadi ketika proses dalam perusahaan menimbulkan pencemaran lingkungan, seperti polusi udara atau saluran air. Eksternalitas negatif dapat dikurangi dengan regulasi pemerintah, pajak, atau subsidi atau dengan menggunakan hak properti untuk memaksa perusahaan atau perorangan untuk menerima akibat dari usaha ekonomi mereka pada taraf yang seharusnya. Dalam hubungan ini perlu dipahami bahwa setiap kegiatan yang mempengaruhi *well-being*

---

<sup>38</sup> *Ibid* h.253

orang lain kemudian dapat disebut sebagai eksternalitas, sebab boleh jadi, aktivitas-aktivitas itu dampaknya direfleksikan oleh harga-harga di pasar, sehingga aktivitas tersebut tidak murni eksternalitasnya. Dalam hal ini, aktivitas-aktivitas menimbulkan polusi udara atau saluran air sebagaimana dicontohkan akan lebih tepat disebut sebagai *technological externalities* karena dampaknya tidak direfleksikan pada harga-harga atau transaksi di pasar.

3) Barang publik seperti ruang terbuka publik atau gedung publik. Untuk menyediakan penawaran yang baik dari barang publik, negara biasanya menggunakan pajak-pajak yang mengharuskan semua penduduk untuk membayar pada barang publik tersebut.

4) Informasi asimetris dan tidak efisien atau ketidakpastian yang sangat tinggi. Informasi asimetris terjadi ketika salah satu pihak dari sebuah transaksi memiliki informasi yang lebih banyak dan lebih baik dari pihak yang lain.

#### b. Mobilisasi dan Alokasi Sumber Daya

Kelangkaan sumber daya, baik yang alamiah akibat kondisi geografis, maupun kelangkaan artifisial yang diciptakan monopoli, merupakan salah satu kendala perekonomian yang dapat mengakibatkan aktivitas ekonomi menjadi tidak efisien dan pada akhirnya mengurangi kesejahteraan masyarakat. Pemerintahlah yang paling tepat mengatasi permasalahan ini, agar tercapai mobilisasi sumber daya yang cepat dan alokasi sumber daya yang efisien. Mobilisasi dan alokasi sumber daya ini kualitasnya akan sangat ditentukan oleh mutu dan kemampuan sumber daya insani sebagai aktornya.<sup>39</sup>

#### c. Dampak Psikologis dan Dampak terhadap Sikap/Perilaku

Pembangunan yang berhasil adalah pembangunan yang diikuti oleh meningkatnya kualitas hidup yang lebih baik dari masyarakat. Pertumbuhan ekonomi tinggi, namun diikuti dengan tingkat kejahatan tinggi, tingkat perceraian tinggi, konflik dan saling tidak percaya antar

---

<sup>39</sup> *Ibid* h.254

subsector tinggi, bukanlah pembangunan yang berhasil. Memang, pasar tidak memberi perhatian pada aspek-aspek psikologis, sikap dan perilaku masyarakat, karena itu pemerintah perlu melakukan campur tangan.

#### d. Pemerataan pembangunan

Sejatinya, pembangunan adalah sebuah proses perubahan yang digerakkan oleh, dari, dan untuk masyarakat. Dalam hal ini masyarakat adalah seluruh masyarakat Indonesia. Tujuannya jelas, yaitu mewujudkan masyarakat Indonesia yang adil dan makmur. Untuk menyelenggarakan keadilan bagi masyarakat tanpa melihat suku, agama, status sosial, status ekonomi adalah menjadi tugas pemerintah. Keadilanlah yang dapat menyebabkan kemakmuran, karena keadilan menyebabkan partisipasi masyarakat.<sup>40</sup>

Untuk itu diperlukan sebuah kolaborasi yang padu antara aktor-aktor tersebut, agar pengembangan industri kreatif berjalan selaras, efisien dan tidak saling tumpang-tindih. Hal ini penting dilakukan karena setiap aktor memiliki peran yang signifikan, dan mereka memerlukan kontribusi dari aktor lainnya. Bentuk kolaborasi tersebut merupakan langkah awal yang perlu dirumuskan. Langkah ini dapat ditempuh dengan mekanisme koordinasi yang baik atau melalui sebuah badan nasional untuk pengembangan industri kreatif yang melibatkan ketiga aktor tersebut. Mengenai bentuk dan struktur dari badan tersebut perlu disesuaikan dengan peraturan perundang-undangan, realitas politik yang ada, dan dapat berupa badan pemerintah yang diawali dengan pembentukan sebuah tim nasional atau komite nasional (KOMNAS). Kolaborasi ini dapat diawali dengan sebuah *pilot project* dalam suatu sektor atau agenda khusus. Pengalaman dunia baik antar sesama tetangga negara berkembang maupun negara maju menunjukkan bahwa sebuah badan yang lintas sektor, atau paling tidak lintas instansi, seperti di atas berperan penting untuk mengakselerasi pengembangan industry kreatif

---

<sup>40</sup> *Ibid* h.255



dan sasaran-sasaran tertentu yang ingin dicapai manakala diterjemahkan terlebih dahulu ke dalam rencana aksi yang diperlukan pada lingkup masing-masing instansi.

Keterlibatan pemerintah dalam pembangunan industri kreatif sangat dibutuhkan terutama melalui pengelolaan otonomi daerah yang baik, penegakan demokrasi, dengan prinsip-prinsip *good governance*. Ketiganya bukan merupakan hal yang baru, karena memang sudah menjadi agenda utama reformasi. Jika berhasil dengan baik, ketiganya merupakan kondisi positif bagi pembangunan industri kreatif. Para ahli meyakini bahwa kemajuan pembangunan industri kreatif sangat dipengaruhi oleh lokasi/*place*, dan toleransi atau pola pikir kreatif. Sementara prinsip-prinsip *good governance*, partisipasi, penegakan hukum, transparansi, *responsiveness*, *equity*, visi strategis, efektivitas dan efisiensi, profesionalisme, akuntabilitas, dan supervisi, adalah prinsip-prinsip pengelolaan di mana industri kreatif bisa tumbuh.

Dalam hal ini pemerintah harus memiliki kepekaan dan apresiasi terhadap aspirasi rakyat. Memahami bahwa di dalam membangun insan Indonesia yang cerdas tidak dapat dijalankan hanya dalam jangka pendek, karena pembangunan kecerdasan berarti ada proses pemuliaan, pembelajaran dan pengayaan. Mengejar hasil akhir dalam jangka pendek tanpa dilandasi pembangunan pilar yang kuat akan membuat struktur ekonomi yang lemah dan tidak berkelanjutan.<sup>41</sup>

Untuk itu aktor pemerintah harus dapat menempatkan birokrasi secara proporsional, transparan dengan semangat mencapai interaksi yang sejajar. Peran utama pemerintah dalam pengembangan industri kreatif adalah:

1) Katalisator, fasilitator dan advokasi yang memberi rangsangan, tantangan, dan dorongan, agar ide-ide bisnis bergerak ke tingkat kompensasi yang lebih tinggi. Tidak selamanya dukungan itu harus berupa bantuan finansial, insentif ataupun proteksi, tetapi dapat juga

---

<sup>41</sup> *Ibid* h. 256

berupa komitmen pemerintah untuk menggunakan kekuatan politiknya secara proporsional dan dengan memberikan pelayanan administrasi publik dengan baik.

2) Regulator sebagai pihak yang menghasilkan kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan masyarakat, industri, institusi, intermediasi, sumber daya dan teknologi seharusnya dapat mempercepat proses perkembangan industri kreatif jika pemerintah mampu membuat kebijakan-kebijakan yang menciptakan iklim bisnis yang kondusif bagi industri kreatif. Pemerintah juga harus mengatur bahwa kebijakan yang telah dikeluarkan dijalankan dengan baik.

3) Konsumen, investor bahkan *entrepreneur*. Pemerintah sebagai investor harus dapat memberdayakan aset negara agar menjadi lebih produktif dalam lingkup industri kreatif dan bertanggung jawab terhadap investasi infrastruktur industri. Sebagai konsumen, pemerintah perlu merevitalisasi kebijakan *procurement* yang dimiliki, dengan prioritas penggunaan produk-produk kreatif. Sebagai *entrepreneur*, pemerintah secara tidak langsung memiliki otoritas terhadap badan usaha milik pemerintah (BUMN).

4) *Urban planner*, kreativitas akan tumbuh dengan subur di kota-kota yang memiliki iklim kreatif. Agar pengembangan industri kreatif ini berjalan dengan baik, maka perlu diciptakan kota-kota kreatif di Indonesia. Pemerintah memiliki peran sentral dalam penciptaan kota kreatif yang mampu mengonsentrasikan dan mengakumulasi energi dari individu-individu kreatif menjadi magnet yang menarik minat individu/perusahaan untuk membuka bisnis di Indonesia. Ini bisa terjadi karena individu/perusahaan tersebut merasa yakin bisa berinvestasi secara serius (jangka panjang) di kota-kota itu, karena melihat adanya potensi SDM yang berpengetahuan tinggi yang bersirkulasi aktif di daerah itu.<sup>42</sup>

## B. Strategi

---

<sup>42</sup> Ibid. h 257

## 1. Pengertian Strategi

Pengertian strategi menurut Uytterhoeven Strategik sebagaimana yang di kutip oleh bapak Muchamad Fauzi, strategi adalah sebagai usaha pencapaian suatu tujuan. Sementara Gluck and Jauch mendefinisikan strategi sebagai rencana yang disatukan, luas dan terintegrasi. Sedangkan Christensen mendefinisikan strategi sebagai pola-pola berbagai tujuan serta kebijakan dasar dan rencana untuk mencapai tujuan.<sup>43</sup> Kemudian menurut Ansoff memberikan definisi strategi sebagai aturan untuk pembuatan keputusan dan penentuan garis pedoman.

- a. Menurut para pakar diatas dalam mendefinisikan suatu strategi berbeda pendapat antara yang satu dengan yang lain. Namun dalam hal ini memiliki suatu tujuan yang sama yaitu untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien dalam sebuah perusahaan. Oleh karenanya dapat dikatakan bahwa definisi strategi adalah: sekumpulan keputusan dan tindakan yang menghasilkan perumusan dan implementasi rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran perusahaan.
- b. Usaha managerial dalam menumbuhkan kembangkan kekuatan perusahaan untuk mengeksploitasi peluang usaha yang muncul guna mencapai tujuan suatu perusahaan yang telah ditetapkan sesuai misi yang di tujukan.<sup>44</sup>

Dalam Islam strategi yang tepat dapat mencapai suatu sasaran yang di inginkan. Isi strategi dalam Islam juga tidak dapat dipisahkan dari prinsip-prinsip syariah, strategi dalam Islam diantaranya sebagai berikut: pada strategi islam yang pertama adalah menyatunya semua aspek kehidupan duniawi dengan aspek spiritual bertujuan menghasilkan suatu peningkatan moral manusia dan masyarakat dimana ia hidup. Dalam hal tanpa peningkatan moral semacam ini, tak satupun sasaran akan dapat di wujudkan dan kesejahteraan manusia yang sulit dicapai.

---

<sup>43</sup> Muchamad Fauzi, *Manajemen Strategik*, Semarang :CV.Karya Abadi, 2015, h.1

<sup>44</sup> Ibid h. 2

Kesejahteraan manusia hanya dapat dirrealisasikan melalui pemenuhan kebutuhan material dan spiritual manusia yang sedemikian rupa sehingga hal itu berfungsi sebagai sumber kekuatan yang saling menguntungkan dan keduanya bersama-sama berfungsi sebagai fondasi kebahagiaan dan kesejahteraan manusia yang hakiki. Sesungguhnya tidak ada pemisahan antara kehidupan material dan spiritual dalam Islam.

Kemudian strategi Islam yang kedua adalah bahwa Islam telah melakukan ketetapan tentang prinsip keadilan pada semua aspek kehidupan. Pada aspek kehidupan salah satunya sistem perekonomian yang menggunakan prinsip keadilan, dalam Islam tidak dapat terealisasi tanpa adanya beberapa hal diantaranya:

- a. Suatu sistem kepercayaan antar umat. Dalam Islam Allah menciptakan umatnya dengan kedudukan yang sama melalui sistem kepercayaan ini akan timbul suatu pertanggung jawaban antara umat yang satu dengan umat lainnya dalam kehidupan khususnya pada saat menjalankan aktivitas perekonomian.
- b. Mengembangkan interaksi sosio ekonomi yang didasarkan pada keadilan dan kooperasi. Dengan Allah menciptakan umatnya ada yang kaya dan ada yang miskin dianjurkan untuk tetap adanya suatu interaksi sosio ekonomi agar dapat mencapai kesejahteraan umat. Kesejahteraan ini menggunakan sosio ekonomi diterapkan melalui setiap umat yang kaya memberikan sedikit hartanya untuk berzakat melalui lembaga zakat. Lembaga zakat tersebut diharapkan dalam penyaluran dana zakatnya secara adil kepada setiap umat yang membutuhkan. Dengan kemudian interaksi sosio ekonomi yang didasarkan pada keadilan dapat berkembang.
- c. Sistem sosial politik yang mencegah ketidakadilan dan eksploitasi melalui berbagai cara. Dalam hal ini setiap umat diharapkan dalam aktivitas kehidupan perekonomiannya menimbulkan dampak sosial tanpa merugikan yang lainnya, misalnya tidak mengandung unsur riba dalam transaksi perekonomiannya namun justru terdapat moral

untuk menolong melalui dukungan material kepada orang yang lemah dan lebih membutuhkan.

Pada strategi Islam yang ketiga adalah peran yang diberikan kepada negara. Negara berkewajiban untuk berperan aktif dalam menciptakan keseimbangan yang sehat dalam mencapai kesejahteraan umat. Hal ini dalam aspek kehidupan perekonomian suatu negara dapat menyimpang dari jalurnya, karena tidak ada peran suatu negara. Sehingga peran suatu negara dalam mencapai tujuannya perlu adanya saling terintegrasi antara strategi yang satu dengan strategi yang lainnya guna mencapai sasaran yang tepat.<sup>45</sup>

## 2. Strategi Pemerintah Dalam Menggerakkan Ekonomi kreatif

Melalui Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) yang dibentuk pemerintah pusat pada tanggal 20 Januari 2015 berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 6 tahun 2015 lalu mengalami perubahan terakhir dengan Peraturan Presiden Nomor 72 tahun 2015 Atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif. Melalui badan ini pemerintah membuat Rencana Strategis Pengembangan ekonomi kreatif tahun 2015 -2019 yang merupakan referensi utama bagi seluruh unit kerja di dalam bekraf untuk melaksanakan program dan kegiatan tahun 2015 – 2019.

Sebagai wujud bisnis, ekonomi kreatif bila berada pada ekosistem yang tepat dan benar benar kondusif maka dapat tumbuh dengan sehat. Didalam struktur organisasi Bekraf terdapat Unsur-unsur pembangunan ekosistem yaitu terdiri dari ruang kreatif dan apresiatif, jadi produksi dan apresiasi. Sehingga dapat menghasilkan arah kebijakan pembangunan ekonomi kreatif antara lain:

1. Mengembangkan riset unggulan dan kompetensi sumberdaya manusia pada sektor ekonomi kreatif.
2. Meningkatkan akses permodalan bagi pelaku ekonomi kreatif.
3. Memfasilitasi ketersediaan infrastruktur sektor ekonomi kreatif.

---

<sup>45</sup> M. Umer Chapra, *Sistem Moneter Islam*, Jakarta : Gema Insani Press, 2000, h.12-15

4. Meningkatkan ekspansi pasar ekonomi kreatif.
5. Meningkatkan manfaat ekonomi bagi pemegang Hak Kekayaan Intelektual di sektor ekonomi kreatif.
6. Membangun dan memperkuat kelembagaan dan regulasi di sector ekonomi kreatif, dan
7. Memantapkan pelaksanaan reformasi birokrasi dan tata kelola pemerintahan yang baik.

Strategi yang digunakan Badan Ekonomi Kreatif selaku lembaga pemerintah yaitu (1) keunggulan operasional (*operational excellence*); (2) keunggulan produk (*product leaderships*); dan (3) keintiman terhadap pelaku ekonomi kreatif (*customer intimacy*).<sup>46</sup>

## C. Ekonomi Kreatif

### 1. Pengertian Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif atau di negara lain seperti Inggris dan Australia disebut dengan istilah industri kreatif, populer sejak Inggris mendirikan *Creative Industries Task Force* pada tahun 1997 di bawah *Department of Culture, Media, and Sport* (DCMS) *United Kingdom* (Inggris). Hingga hari ini, ekonomi kreatif berarti sudah berumur hampir dua decade. Definisi Industri Kreatif yang saat ini banyak digunakan oleh pihak yang berkecimpung dalam industri kreatif, adalah definisi berdasarkan *UK DCMS Task force* 1998:

*"Creative Industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill & talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property and content"*

Studi pemetaan industri kreatif yang telah dilakukan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia tahun 2007 pun menggunakan acuan definisi industri kreatif yang sama, sehingga industri kreatif di Indonesia dapat didefinisikan sebagai "Industri yang berasal

---

<sup>46</sup> Badan Ekonomi kreatif Indonesia, *Rencana Strategis Badan Ekonomi Kreatif*. 2015 hal 24-26

dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut".<sup>47</sup>

Menurut Roudhouse pada tahun 2011, ekonomi kreatif merupakan kegiatan yang terkait pada kreativitas individu, keterampilan dan bakat, dan memiliki potensi kekayaan serta penciptaan lapangan kerja. Selain itu ekonomi kreatif merupakan pengembangan ekonomi yang bernilai ekonomis yang memusatkan pada pengembangan ide dalam menghasilkan nilai tambahnya, berdasarkan pada keterampilan, kreativitas dan bakat individu. Dalam rangka menciptakan lapangan pekerjaan dan mengatasi kemiskinan di Indonesia diperlukan pengembangan ekonomi kreatif. Untuk mengembangkan ekonomi kreatif dibutuhkan kolaborasi antara beberapa aktor yang berperan dalam industri kreatif tanpanya dikhawatirkan pengembangan ekonomi kreatif tidak bisa.<sup>48</sup>

## **2. Ekonomi Kreatif Yang Sesuai prinsip Syariatnya**

Studi pemetaan industri kreatif yang telah dilakukan oleh Departemen Perdagangan RI pada Tahun 2007 juga memakai acuan definisi industri kreatif yang sama, sehingga industri kreatif di Indonesia dapat didefinisikan sebagai industri yang dalam operasionalnya sangat dominan mensinergikan pemanfaatan kreativitas, ketrampilan dan bakat individu dan kelompok melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya inovasi. Adapun subsektor yang merupakan bagian dari industri berbasis kreativitas adalah:

### **a. Periklanan**

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan meliputi proses kreasi, produksi, dan distribusi dari iklan yang dihasilkan, misalnya: riset pasar, perencanaan iklan, iklan ruang luar,

---

<sup>47</sup> Mari Elka Pangestu, *Pengembangan Ekonomi Kreatif 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2025* Departemen Perdagangan Republik Indonesia 2008. hal 4

<sup>48</sup> Yuhana Astuti dan Annisa Anggraeini, "Modal Intelektual Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Studi Kasus Pada Sentra Kerajinan Sepatu Cibaduyut Bandung", Jurnal Universitas Telkom 2015. hal 105

produksi material iklan, kampanye relasi publik, promosi, tampilan iklan di media cetak dan elektronik, pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamflet, edaran, brosur, dan reklame sejenis, distribusi dan *delivery advertising materials* atau *samples*, serta sewaan kolom iklan.

Iklan pada hakikatnya seperti pesan dakwah, yaitu proses suatu penyampaian informasi oleh pengeluar kepada pengguna (penerima pesan), pesan boleh dilakukan dengan cara langsung berhadapan atau dengan media televisi, radio, atau media cetak yang isinya berupa ilmu pengetahuan, informasi, atau nasihat. Iklan merupakan tindakan memuji atau mengelu-elukan atas suatu barang atau jasa yang ditawarkan, jika iklan mengandung pujian yang tidak benar, maka perbuatan ini diharamkan karena didalamnya mengandung unsur kebohongan atau melakukan penipuan dalam pemberian informasi.<sup>49</sup>

## **b. Arsitektur**

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa desain bangunan, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, pengawasan konstruksi secara menyeluruh dari level makro sampai ke level mikro (misalnya: arsitektur taman, desain interior, dan lainnya). Secara garis besar, konsep arsitektur Islam merujuk pada ayat-ayat ‘Quraniyah’ (berasal dari Al-Quran) dan ‘Kauniyah’ (bentuk hukum alam). Rumusan karya arsitektur Islam bukan terletak pada perwujudan fisiknya, melainkan nilai-nilai hakiki dan semangat moralnya. Konsep arsitektur Islam adalah olahan yang mempunyai sifat tidak merusak alam dan harus sesuai dengan apa yang dibutuhkan.<sup>50</sup>

---

<sup>49</sup> Teuku Meldi Kesuma, *Prinsip Dan Kriteria Periklanan Dari Perspektif Islam*, Department Of Management Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala, 2012, hal. 71

<sup>50</sup> Utami, *Integrasi Konsep Islami Dan Konsep Arsitektur Modern Pada Perancangan Arsitektur Masjid (Studi Kasus Pada Karya Arsitektur Masjid Achmad Noe'man)*, Jurusan Teknik Arsitektur Institut Tekonologi Nasional, hal 3 (diakses pada 27 februari 2019)



### c. Desain

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan. Rumusan desain Islam bukan terletak pada perwujudan fisiknya, melainkan nilai-nilai hakiki dan semangat moralnya. Konsep desain Islam adalah olahan yang mempunyai sifat tidak merusak alam dan harus sesuai dengan yang dibutuhkan.<sup>51</sup>

### d. Pasar Barang Seni

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik, dan langka serta memiliki nilai estetika seni yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan, dan internet, misalnya: alat musik, percetakan, kerajinan, *automobile*, film, seni rupa, dan lukisan. Menurut jumhur ulama telah sepakat bahwa Islam menjunjung tinggi mekanisme pasar bebas maka hanya dalam kondisi tertentu saja pemerintah dapat melakukan kebijakan penetapan harga, prinsip dari kebijakan ini adalah mengupayakan harga yang adil harga yang normal, atau sesuai pasar. Dalam penjualan islami, baik yang bersifat barang maupun jasa, terdapat norma, etika agama, dan perikemanusiaan yang menjadi landasan pokok bagi pasar islam yang bersih, yaitu:<sup>52</sup>

- (1) Larangan menjual atau memperdagangkan barang-barang yang diharamkan.
- (2) Bersikap benar, amanah dan jujur,
- (3) Menegakkan keadilan dan mengharamkan riba.
- (4) Menerapkan kasih sayang.
- (5) Menegakkan toleransi dan keadilan.

---

<sup>51</sup> Utami, *Integrasi Konsep Islami Dan Konsep Arsitektur Modern Pada Perancangan Arsitektur Masjid (Studi Kasus Pada Karya Arsitektur Masjid Achmad Noe'man)*, Jurusan Teknik Arsitektur Institut Teknologi Nasiona, hal 3 (diakses pada 27 februari 2019)

<sup>52</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Bisnis Islam*, Alih Bahasa Zainal Arifin (Jakarta: Gema Insani, 1999) hal. 189

#### e. Seni Kerajinan

Seni adalah keindahan, yang merupakan ekspresi ruh dan budaya manusia yang mengandung dan mengungkapkan keindahan. Ia lahir dari sisi terdalam manusia didorong dengan kecenderungan seniman kepada yang indah, apapun jenis keindahan tersebut, dorongan itu merupakan naluri manusia atau fitrah yang telah dianugerahkan Allah kepada hamba-hambaNya.<sup>53</sup> Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat dan dihasilkan oleh tenaga pengrajin mulai dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya, antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari: batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu, besi) kayu, kaca, porselin, kain, marmer, tanah liat, dan kapur. Produk kerajinan ini umumnya diproduksi dalam jumlah yang relatif kecil (bukan produksi *massal*).

#### f. Musik

Allah menciptakan dunia indah yang telah memberikan inspirasi kreatif bagi manusia untuk berkarya. Pada zaman dahulu kaum muslimin telah mampu membuat jenis jenis nyanyian yang bias membuat hati dan jiwa mereka tenang dan tentram, khususnya di pelosok perkampungan. Dani ini telah kita alami sejak anak-anak sampai remaja semua jenis tersebut adalah jenis nyanyian natural yang tumbuh dalam lingkungan masyarakat, sehingga jauh dari unsur-unsur negatif.<sup>54</sup>

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi/komposisi, pertunjukan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara.

#### g. Pakaian

Dalam Al-Qurán menyebutkan fungsi pakaian adalah sebagai penutup aurat. Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain

---

<sup>53</sup> Quraish Shihab, *Wawasan Al-Qurán: Tafsir Maudhu'i Atas Berbagai Persoalan Umat*, Cet III (Bandung: Mizan, 1996) hal.385

<sup>54</sup> Yusuf Qardhawi, *Fiqh Musik dan Lagu*, (Bandung: Mujahid Press, 2002), hal. 196

pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk pakaian, serta distribusi produk pakaian.

#### **h. Permainan Interaktif**

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi. Subsektor permainan interaktif bukan didominasi sebagai hiburan semata-mata, tetapi juga sebagai alat bantu pembelajaran atau edukasi. Unsur-unsur yang terdapat dalam hal ini yaitu hardware dan software, kreasi dari perangkat ini bisa digunakan untuk media bimbingan konseling islam dalam rangka komunikasi dan interaksi antara konselor dengan konseli proses bantuan.<sup>55</sup>

#### **i. Video, Film, dan Fotografi**

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film. Termasuk di dalamnya penulisan skrip, *dubbing* film, sinematografi, sinetron, dan eksibisi film. Hal ini di bolehkan selama tidak melanggar unsur unsur Syariah yang telah ada seperti pada penjelasan Asronun Ni'am Soleh wakil sekretaris komisi fatwa MUI pada hari minggu 17 januari 2010 dari Kompas.com. Asroun Ni'am menjelaskan "pengambilan foto untuk mengenalkan siapa yang menikah itu tidak apa-apa selama tidak melanggar ketentuan syar'i.

#### **j. Seni Pertunjukan**

Seni pertunjukan menurut perspektif Islam banyak merujuk pada yang ada atau terkandung dalam sebuah pagelaran atau pertunjukkan dalam nuansa Islam, yang artinya setiap unsur yang di bawaikan dalam pagelaran atau pertunjukkan mengandung nilai-nilai yang islami, semisal memberi manfaat dan pembelajaran suatu hal.

---

<sup>55</sup> A, Said Hasan Basri, *Peran Dalam Layanan Bimbingan Konseling Islam Di Sekolah*, Jurnal Dakwah, Vol, XI No 1, Januari-Juni 2010, hal 29

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukan (misal: pertunjukan balet, tari-tarian, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk tur musik etnik), desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan.

#### **k. Layanan Komputer dan Piranti Lunak**

Kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan komputer, pengolahan data, pengembangan *database*, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan keras, serta desain portal termasuk perawatannya. Unsur-unsur yang terdapat dalam piranti komputer yaitu hardware dan software, kreasi dari perangkat ini bisa digunakan untuk media bimbingan konseling islam dalam rangka komunikasi dan interaksi antara konselor dengan konseli proses bantuan.<sup>56</sup>

#### **l. Riset dan Pengembangan**

Kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, prose baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar; termasuk yang berkaitan dengan humaniora seperti penelitian dan pengembangan bahasa, sastra, dan seni; serta jasa konsultasi bisnis dan manajemen.

Untuk mengimbangi hal diatas, sebagai manusia yang beragama sangat diperlukan syarat lain untuk menumbuhkan kepribadian yang religius dan berakhlakul karimah sehingga kualitas

---

<sup>56</sup> A, Said Hasan Basri, *Peran Dalam Layanan Bimbingan Konseling Islam Di Sekolah*, Jurnal Dakwah, Vol, XI No 1, Januari-Juni 2010, hal 29

diri yang dimiliki tersebut terbantu dengan ketahanan mental dan kemakmuran spiritual yang handal.<sup>57</sup>

#### **m. Penerbitan dan Percetakan**

Kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita. Subsektor ini juga mencakup penerbitan perangko, materai, uang kertas, blanko cek, giro, surat andil, obligasi surat saham, surat berharga lainnya, *passport*, tiket pesawat terbang, dan terbitan khusus lainnya. Juga mencakup penerbitan foto-foto, grafir (*engraving*) dan kartu pos, formulir, poster, reproduksi, percetakan lukisan, dan barang cetakan lainnya, termasuk rekaman mikro film. Hukum asalnya membuka usaha percetakan adalah halal dan dibolehkan, akan tetapi ketika usaha tersebut bersinggungan dengan hal-hal yang terlarang, di mana usaha tersebut ikut andil dalam memunculkan kegiatan yang diharamkan atau mengajak orang untuk berbuat sesuatu yang haram maka otomatis kegiatan usaha tersebut tidak dibolehkan.

#### **n. Televisi dan Radio**

Etika penyiaran dalam pandangan Islam diantaranya:<sup>58</sup>

- (1) Menggunakan cara yang bijaksana (hikmah)
- (2) Pelajaran atau Pendidikan yang baik.
- (3) Bertukar pikiran
- (4) Menyampaikan berita informasi yang benar
- (5) Memberikan hiburan dan peringatan
- (6) Dilarang memfitnah
- (7) Dilarang membuka atau menyiarkan aib orang lain
- (8) Dilarang mengadu domba
- (9) Menyuruh berbuat baik dan mencegah berbuat jahat

---

<sup>57</sup> Muhammad Tholhah Hasan, *Islam dan Masalah Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Lantabora Press, 2003), hal 67

<sup>58</sup> Abdul Rachman, *Etika Penyiaran Dalam Perspektif Islam*, Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Jurnal RISALAH Vol, XXIV Edisi 2, November 2013

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi (seperti *games*, kuis, *reality show*, *infotainment*, dan lainnya), penyiaran, dan transmisi konten acara televisi dan radio, termasuk kegiatan station relay (pemancar kembali) siaran radio dan televisi.<sup>59</sup>

#### **D. PARIWISATA**

##### **1. Pengertian Pariwisata**

Secara etimologis wisata merupakan kata yang berasal dari bahasa sansekerta yang dalam bahasa Indonesia berarti perjalanan (travel). Namun, ada perbedaan medasar antara kata “wisata” dan “perjalanan”. Makna perjalanan adalah pergi dari satu tempat ke tempat lain. Sedangkan kata wisata mengandung arti sebagai perjalanan ke suatu tempat yang didorong untuk memenuhi kebutuhan rekreatif atau untuk keperluan yang bersifat edukatif. Kemudian, menurut dua orang pakar kepariwisataan dari Swiss, yakni Prof. Hunkizer dan Prof. Krapf memberikan rumusan tentang kepariwisataan sebagai berikut; *“Tourism is the sum of fenomena and relationship arising from the travel and stay of nonresidents, in so far they do not lead to permanent residence and are not connected with any earning activity”*. Secara bebas bisa diterjemahkan sebagai berikut, “Kepariwisataan adalah keseluruhan gejala (fenomena) dan hubungan-hubungan yang ditimbulkan oleh perjalanan dan persinggahan manusia di luar tempat tinggalnya dengan maksud bukan untuk tinggal menetap di tempat yang disinggahinya dan tidak berkaitan dengan pekerjaan-pekerjaan yang menghasilkan upah”.

Kepariwisataan juga bisa diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan membelanjakan uangnya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang bersifat konsumtif. Seperti halnya biaya transportasi, konsumsi, ongkos menginap dan lain sebagainya. Sehingga mereka yang melakukan perjalanan untuk bisnis atau pekerjaan meskipun

---

<sup>59</sup> Mauled Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2010 h 237

mengandung unsur konsumtif tidak dapat dikategorikan sebagai kegiatan wisata karena biaya yang dikeluarkan merupakan bagian dari pekerjaan yang mendatangkan uang.

Dalam UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisatan, ada beberapa definisi yang dibuat untuk memperjelas cakupan dalam dunia kepariwisataan. Pertama, Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Lalu, kepariwisataan adalah seluruh kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antar wisatawan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha. Sedangkan industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang, terkait dalam rangka menghasilkan barang dan jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam menyelenggarakan pariwisata.<sup>60</sup>

## **2. Jenis Pariwisata**

Jenis pariwisata yang sudah di kenal saat ini antara lain :

- a. Wisata Budaya, melakukan perjalanan wisata dengan tujuan untuk mempelajari adat-istiadat, budaya, tatacara kehidupan masyarakat dan kebiasaan yang terdapat didaerah atau negara yang di kunjungi.
- b. Wisata Kesehatan, melakukan perjalanan dengan tujuan untuk sembuh dari suatu penyakit atau untuk memulihkan kesegaran jasmani dan rohani.
- c. Wisata Olahraga, melakukan perjalanan dengan tujuan untuk mengikuti kegiatan olahraga.
- d. Wisata Komersial, adalah mereka yang melakukan perjalanan dengan tujuan yang bersifat komersial atau dagang.

---

<sup>60</sup> Sapta Nirwandar , *Building Indonesia WOW Indonesia Tourism and Creative Industry*, Gramedia, Jakarta, 2014. hal 73-74

- e. Wisata Industri, perjalanan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa untuk berkunjung ke suatu industri guna mempelajari industri tersebut.
- f. Wisata Politik, berkunjung ke suatu negara untuk tujuan aktif dalam kegiatan politik.
- g. Wisata Konvensi, melakukan perjalanan ke suatu daerah atau negara dengan tujuan untuk mengikuti konvensi atau konferensi.
- h. Wisata Sosial, adalah kegiatan wisata yang diselenggarakan dengan tujuan *non profit* atau tidak mencari keuntungan, perjalanan wisata ini diperuntukkan bagi remaja, atau golongan masyarakat ekonomi lemah maupun pelajar.
- i. Wisata Pertanian, pengorganisasian perjalanan yang dilakukan dengan mengunjungi pertanian, perkebunan untuk tujuan studi, riset atau studi banding.
- j. Wisata Bahari, wisata bahari ini sering dikaitkan dengan olah raga air, seperti berselancar, menyelam, berenang, dan sebagainya.
- k. Wisata Cagar Alam, jenis wisata ini adalah berkunjung ke cagar alam. Untuk mengunjungi binatang atau tumbuhan yang langka juga untuk tujuan menghirup udara segar dan menikmati keindahan alam.
- l. Wisata Buru, kegiatan wisata ini dikaitkan dengan hobi berburu. Lokasi berburu yang dilegalkan oleh pemerintah sebagai perburuan.
- m. Wisata Pilgrim atau wisata religi, jenis wisata ini dikaitkan dengan agama, kepercayaan maupun adat istiadat dalam masyarakat. Wisata pilgrim ini dilakukan baik perseorangan maupun rombongan. Berkunjung ke tempat-tempat suci, makam-makam orang suci atau orang-orang yang terkenal, dan pemimpin yang diagungkan. Tujuannya adalah untuk mendapatkan restu, berkah, kebahagiaan, dan ketentraman. Di Indonesia tempat-tempat yang



dapat dikategorikan sebagai obyek wisata pilgrim, misalnya makam Bung Karno, makam Walisongo, dan lain-lain.

- n. Wisata Bulan Madu, melakukan perjalanan dalam jenis wisata ini adalah orang yang sedang berbulan madu atau pengantin baru.<sup>61</sup>

### 3. Wisata Religi

#### a. Pengertian Wisata Religi

Menurut Turner and Turner dalam franklin di bukunya yang berjudul *Tourisim: An Introduction*, yang didefinisikan sebagai:

*“Journeys away from the everyday, mundane world of work and home to specific sacred sites formalised, recognized, and maintained by major religions”*.<sup>62</sup> *“Perjalanan jauh dari sehari-hari, dunia fana kerja dan rumah untuk situs suci yang diformalkan, diakui, dan dikelola oleh agama-agama besar”*.

Fasilitas yang digunakan untuk menunjang keberadaan wisata religi yaitu Fasilitas Wisata Religi. Teori yang digunakan untuk menentukan fasilitas wisata religi yaitu mengkombinasikan antara fasilitas wisata, fasilitas perkotaan, dan fasilitas dari wisata religi yang sejenis. Fasilitas wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata.<sup>63</sup>

#### b. Wisata Religi Dalam Perspektif Islam

Wisata religi atau pilgrim bisa juga disebut wisata ziarah. Ziarah merupakan berkunjung ketempat suci atau tempat bersejarah seperti Kota Mekah, Madinah atau tempat serupa seperti tempat para ulama yang telah tiada.<sup>64</sup>

Pada masa awal Islam, Rasulullah SAW melarang umat Islam untuk melakukan ziarah kubur. Hal ini dimaksudkan untuk menjaga

---

<sup>61</sup> A. Hari Karyono, *Kepariwisata*, Jakarta: Grasindo, 1997, h.17-19

<sup>62</sup> Emiria Callista. Heru Purboyo Hidayat Putro, *“Penilaian Wisatawan dan Masyarakat terhadap Fasilitas wisata religi KH. Abdurrahman Wahid”*, Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota B SAPPK V3N1, Sekolah Arsitektur, Perencanaan dan Pengembangan kebijakan ITB, hal 6

<sup>63</sup> Gamal Suwanto, *“Dasar-dasar Pariwisata”*, Yogyakarta: Andi Offset, 1997, h.50

<sup>64</sup> <http://www.wisatamu.com/wisata-religi.html> diakses pada 6 maret 2019

akidah umat Islam. Rasulullah SAW khawatir jika ziarah kubur diperbolehkan, umat Islam akan menjadi penyembah kuburan. Setelah akidah umat Islam kuat dan tidak ada kekhawatiran untuk berbuat syirik, Rasulullah SAW mengizinkan para sahabatnya untuk melakukan ziarah kubur. Karena ziarah kubur dapat membantu umat Islam untuk mengingat saat kematiannya.<sup>65</sup>

Dalil-dalil tentang ziarah kubur:

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: نَهَيْتُكُمْ عَنْ زِيَارَةِ الْقُبُورِ  
فَزُورُوهَا

*“Rasulallah s.a.w bersabda: Dahulu aku telah melarang kalian berziarah ke kubur. Namun sekarang, berziarahlah kalian ke sana.” (H.R. Muslim)*

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ:  
إِسْتَأْذَنْتُ رَبِّي أَنْ أَسْتَغْفِرَ لَأُمِّي، فَلَمْ يَأْذَنْ لِي، وَاسْتَأْذَنْتُهُ أَنْ أَزُورَ قَبْرَهَا  
فَأَذِنَ لِي

*Dari Abu Hurairah r.a. Berkata, Rasulallah s.a.w. bersabda: Aku meminta izin kepada Allah untuk memintakan ampunan bagi ibuku, tetapi Allah tidak mengizinkan. Kemudian aku meminta izin kepada Allah untuk berziarah ke makam ibuku, lalu Allah mengijinkanku. (H.R. Muslim).<sup>66</sup>*

<sup>65</sup> <http://www.nu.or.id/post/read/8187/tradisi-ziarah-kubur> diakses pada 6 Maret 2019

<sup>66</sup> <http://www.nu.or.id/post/read/27712/ziarah-kubur> diakses pada 6 Maret 2019

### **BAB III**

## **GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

### **A. Gambaran Umum Wisata Religi Makam Syaikh Ahmad Mutamakkin KAJEN PATI**

#### **1. Mengenal Desa KAJEN**

Desa yang lebih dikenal kota santri yang terletak pada daerah pesisir pantai utara pulau Jawa. Tepatnya 18 km dari Kota Pati ke arah utara. Luas desa ini sekitar 63 hektar. Luas tegalan secara keseluruhan mencapai 4 hektar. Di desa ini tidak ada tanah sawah dan pertanian. Profesi penduduknya adalah berdagang, jasa angkutan dan buruh tani atau buruh pabrik di luar desa. Penduduk yang ingin bertani rata-rata menyewa lahan persawahan di sekitar desa KAJEN, seperti desa Bulumanis, Sidomukti, Waturoyo dan lain sekitarnya. Pada tahun 1930 masehi, penduduk desa KAJEN juga menekuni pencelupan industri kain batik, tapi industri ini macet. Kemudian pada tahun 1970-an berkembanglah usaha industri tapioca di desa Ngemplak Kidul, sehingga banyak masyarakat yang memulai usaha industri kerupuk yang dikenal dengan nama kerupuk tayamum.

Kondisi tandus yang ada di desa KAJEN tidak sebanding dengan keramaian dan lalu lalang para santri yang belajar di pesantren wilayah KAJEN. Masyarakat yang studi di wilayah KAJEN ini terdiri dari masyarakat Pati dan sekitarnya, seperti Jepara, Demak, Kudus, Grobogan, Rembang, Semarang, bahkan sampai luar provinsi, seperti dari Jawa Timur, Jakarta, Sumatra, dan lain-lain. Pada waktu bulan Ramadhan, KAJEN berubah menjadi rujukan ribuan santri yang ingin mengaji yang di kenal dengan ‘pasanan’ di KAJEN. Mereka berlomba-lomba mengambil ilmu dan berkah dari KAJEN.<sup>67</sup>

---

<sup>67</sup> Jamal Ma'mur Asmani, *“Dakwah Aswaja An-Nahdliyyah Syaikh Ahmad Mutamakkin”*, Yogyakarta: Global Press, 2018, Cet-1, hal 79-81

## 2. Syeikh Ahmad Mutamakkin dan Peninggalannya

### a. Syeikh Ahmad Mutamakkin

Menurut KH. Abdurrahman Wahid, Syeikh Ahmad Mutamakkin berasal dari Persia provinsi Kasan Iran Selatan. Namun, menurut Zainul minal Bizawie, beliau lahir didesa Cebolek, sekitar 10 km dari kota Tuban. Di Tuban ini, Syeikh Ahmad Mutamakkin di panggil Mbah Bolek ( Mbah Cebolek ). Di desa ini beliau menghabiskan masa mudanya. Nama Al-Mutamakkin yang artinnya orang yang meneguhkan hati atau diyakini kesuciannya didapatkan setelah beliau pulang dari rihlah ilmiah di Timur Tengah.<sup>68</sup>

Syaikh ahmad mutamakkin mempunyai nasab sampai kepada baginda Nabi Muhammad *shallallahu ‘alaihi wa sallam*, secara detail:

- 1) Syaikh Ahmad Mutamakkin
- 2) Sumahadinegara
- 3) Sunan Benawa
- 4) Abdurrahman Basyaiban
- 5) Sayyid Umar
- 6) Sayyid Muhammad
- 7) Sayyid Ahmad
- 8) Sayyid Abu Bakar Basyaiban
- 9) Sayyid Muhammad Asadullah
- 10) Sayyid Husain At-Turaby
- 11) Sayyid Ali
- 12) Sayyid Muhammad Shahib al-Murbath
- 13) Sayyid Ali Kholil Qasim
- 14) Sayyid Alwi
- 15) Sayyid Muhammad
- 16) Sayyid Sayyid Alwi
- 17) Imam Ubaidullah

---

<sup>68</sup> *Ibid.* h. 82

- 18) Imam Ahmad Al-Muhajjir
- 19) Imam isa an-naqib
- 20) Imam Muhammad An-Naqib
- 21) Imam Alwi Al-Uraidhi
- 22) Imam Ja'far Shodiq
- 23) Imam Muhammad Al-Baqir
- 24) Imam Ali Zaenal Abidin
- 25) Sayyidina Husain
- 26) Fathimah Az-Zahra
- 27) Sayyidina Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wa Sallam*

Sebuah sumber lain menjelaskan silsilah Syaikh Ahmad Mutamakkin berbeda pada tingkat Sayyid Alwi kebawah yaitu:

- 1) Syaikh Ahmad Mutamakkin
- 2) Sumahadinegara
- 3) Sunan Benawa
- 4) Putri Sultan Trenggono
- 5) Sultan Trenggono
- 6) Istri Raden Patah
- 7) Maulana Rahmat
- 8) Maulana Ibrahim
- 9) Jmalauddin Husaen
- 10) Sayyid Ahmad Syah
- 11) Sayyid Abdullah
- 12) Sayyid Amir Abd al-Malik
- 13) Sayiid Alwi
- 14) Sayyid Muhammad
- 15) Sayyid Sayyid Alwi
- 16) Imam Ubaidullah
- 17) Imam Ahmad Al-Muhajjir
- 18) Imam isa an-naqib
- 19) Imam Muhammad An-Naqib

- 20) Imam Alwi Al-Uraidhi
- 21) Imam Ja'far Shodiq
- 22) Imam Muhammad Al-Baqir
- 23) Imam Ali Zaenal Abidin
- 24) Sayyidina Husain
- 25) Fathimah Az-Zahra
- 26) Sayyidina Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wa Sallam*<sup>69</sup>

Dalam dakwahnya dari Tuban, Syeikh Ahmad Mutamakkin menuju arah barat sampai ke desa Kalipang kecamatan Sarang, Rembang. Sesampainya disini beliau menetap agak lama di daerah ini, bahkan sampai mendirikan masjid. Setelah itu beliau melanjutkan perjalanan dakwahnya sampai ke desa Cebolek, desa yang ada di kecamatan Margoyoso Pati, yang saat itu masuk dalam kecamatan Juana. Dari Cebolek, beliau pindah ke desa Kajan yang terletak di sebelah barat desa Cebolek. Kepindahannya dari Cebolek ke Kajan tidak terlepas dari peran H. Syamsuddin. Hal ini bermula ketika Syeikh Ahmad Mutamakkin akan melaksanakan sholat isya', beliau melihat seberkas cahaya kemilau menjulang ke atas di arah barat. Keesokan harinya setelah sholat Ashar Syeikh Ahmad Mutamakkin ingin membuktikan cahaya tersebut. Dalam perjalan tersebut, sampailah beliau di gundukan tanah sebelah barat Perguruan Islam Mathaliul Falah Kajan. Disinilah beliau bertemu dengan orang tua yang bernama Syamsuddin yang sudah menunaikan ibadah haji. Dalam ketererangan lain, H. Syamsuddin adalah termasuk orang pertama yang masuk desa Kajan sebelum Syeikh Ahmad Mutamakkin. H.Syamsuddin kemudian menyerahkan desa Kajan kepada Syeikh Ahmad Mutamakkin, kemudian hijrah dan menetap di desa Kajan. Beliau mengajarkan ilmu agama dan membuka lapangan

---

<sup>69</sup> *Ibid* h.85

pendidikan Islam untuk melahirkan muballigh dan kader-kader yang akan meneruskan perjuangannya di masa depan.<sup>70</sup>

Seorang filosof sekaligus ulama yaang peduli akan ilmu salahsatunya yang dimiliki bangsa ini yaitu Syeikh Ahmad Mutamakkin. Pemikiran cerdasnya dan penjelasannya yang komprehensif dan tuntas menunjukkan kualitas kefilsufannya. Pemahamannya terhadap agama dan realitas penyampaian ajaran kepada masyarakat (*tabligh*) yang diperjuangkan menunjukkan keulamaannya. Oleh karena itu, sangat wajar jika masyarakat menganggapnya wali, karena dedikasinya di kehidupan masyarakat. Potret seperti itulah sosok seorang wali Syeikh Ahmad Mutamakkin, mati dan hidupnya tidak ada bedanya. Ilmu, perjuangan, dan laku hidupnya menjadi sinar yang terus menyinari umat dalam skala yang luas.<sup>71</sup>

Syeikh Ahmad Mutamakkin berpulang kerahmatullah setelah menjalankan tugas dan tanggung jawabnya dalam menyebarkan ilmu dan Islam di masyarakat Kajen dan sekitarnya. Walaupun tanggal wafatnya tidak diketahui secara pasti, menurut Zainul Milal Bizawie memperkirakan pada tahun 1740 M. Tahun ini adalah jeda waktu beberapa tahun setelah persidangan selese di putusan. Pada setiap 10 Muharram (Syura) di peringatilah haul Syeikh Ahmad Mutamakkin.<sup>72</sup>

#### **b. Peninggalan Syeikh Ahmad Mutamakkin**

Setelah Syeikh Ahmad Mutamakkin wafat, beliau meninggalkan beberapa warisan kepada generasi penerus. Warisan yang paling kuat adalah ilmu dan laku hidupnya yang akan terus menjadi inspirasi dan energi generasi penerus dalam berjuang. Dalam konteks warisan yang berbentuk benda, Syeikh Ahmad Mutamakkin meninggalkan banyak

---

<sup>70</sup> *Ibid.* h. 86

<sup>71</sup> *Ibid.* h. 78

<sup>72</sup> *Ibid.* h. 125

hal yang mengandung makna filosofi yang dalam. Yang saat ini digunakan untuk orang-orang berwisata religi. Antara lain :

#### 1. Masjid Jami' Kajen

Masjid jami' Kajen terletak 100 meter sebelah timur makam Syekh Ahmad Mutamakkin. Masjid yang terkenal di wilayah ini dibangun beliau saat menyebarkan dakwahnya di wilayah Kajen. Pada masa KH. Abdussalam dan KH. Nawawi, pada tahun 1910 M masjid ini mengalami pembangunan dan perluasan. Pada tahun 1952 sampai tahun 1999 M, wajah Mihrab juga direnovasi. Misalnya *SAKA NGANTEN*, dua tiang di muka masjid. Di masjid ini Syekh Ahmad Mutamakkin menjalankan ibadah *mahdlah*, mengajar murid-murid dan tempat bermusyawarah urusan umat. Ornamen dan langit-langit masjid Kajen menunjukkan bahwa tokoh agama itu harus gagah di hadapan masyarakat dan pemerintah sekaligus.<sup>73</sup>

#### 2. Mimbar

Di masjid Kajen terdapat mimbar kayu yang banyak corak batik bermotif lukisan timbul yang beraneka ragam yang sarat akan makna. Seperti halnya ada lukisan bulan sabit di patuk burung bangau yang mempunyai arti dan lambang yang di tinggalkan, bahwa dalam hidup ini harus sanggup meraih cita-cita yang mulia. Menurut Sahal Mahfudh Jepara, bangau yang ada di Mimbar jumlahnya ada dua yang bisa menunjukkan bahwa di hidup ini menunjukkan keseimbangan. Keseimbangan dalam Islam adalah *sunnatullah* yang harus di jaga, seperti ada laki-laki dan perempuan, siang dan malam, pahla dan dosa, nikmat dan siksa, surga dan neraka, baik dan buruk, hitam dan putih, atas dan bawah. Burung bangau tersebut di cat warna biru yang menunjuk-an ketenangan, kebijaksanaan, kedamaian, kepercayaan, persaha- batan,

---

<sup>73</sup> *Ibid* h.118



harmoni, dan kasih sayang. Sedangkan langit melambangkan ketenangan. Ornament rembulan yang hendak di patuk burung, menunjukkan kehendak burung yang mempunyai cakrawala luas memberi petunjuk tentang hikmah penciptaan bulan. Bulan adalah symbol keulamaan yang menjadi pewaris para Nabi.

### 3. Ular Pada Ornamen

Dalam ornament peninggalan Syeikh Ahmad Mutamakkin ini, terdapat corak Ular pada ornamennya. Ini melambangkan manusia yang teguh menahan diri dari lapar dan keinginan menikmati makanan. Inti pesan yang ingin disampaikan Syeikh Ahmad Mutamakkin ini adalah puasa itu menjadi ajaran penting. Ular menunjukkan Riyadhlah fisik dan psikis. Ular tidak makan jika tidak lapar, maka setiap orang yang rohaninya ingin kuat, maka ia harus siap lapar. Pesan yang disampaikan ini bersifat umum bagi semua orang yang mempunyai keinginan mencapai keseimbangan kecerdasan, baik kecerdasan emosional, intelektual spiritual dan sikap.<sup>74</sup>

### 4. Ukiran Bunga Mekar dan Papan Bersurat

Ornament yang berbentuk ukiran yang menjelaskan pertumbuhan dari tunas sampai mekarnya bunga. Hal ini menjadi symbol kehadiran Syeikh Ahmad Mutamakkin yang selalu hidup dalam arus zaman, baik sebelum, selama, dan sesudah kematiannya. Anak cucunya, santri dan generasi muslim penerus harus berjuang dengan gigih dalam mengembangkan Islam dan mengkahiri hidupnya secara *khusnul khatimah*.

### 5. Orang Memetik Buah dari Pohon

Pohon adalah bayangan realitas sejati, pohon tidak berhenti berbuah yang bisa di petik orang kapanpun yang mempunyai

---

<sup>74</sup> *Ibid* h. 119

kemampuan. Ini menggambarkan bahwa orang yang berpegang teguh pada syahadat tauhid dan rasul yang jalan hidupnya sesuai dengan prinsip Islam, akan mampu mengambil hikmah dari menata kehidupan. Pohon selalu tumbuh hijau di semua musim dan tidak rontok daunnya. Pohon tersebut memberikan kesuburan tanah dan keteduhan. Orang meniru pohon selalu memberikan manfaat pada orang lain. Pohon yang bercabang dan berkuncup menunjukkan agar manusia bersikap terbuka, respon terhadap ilmu, perubahan, kemajuan ilmu, dan masalah sosial.

#### 6. Papan Bersurat dan Dairoh

Papan tulisan melingkar (*dairoh*) terletak di bagian langit-langit masjid, dan tiga papan yang terletak pada imaman. Papan tersebut bisa dilihat secara jelas dan terawat baik sampai sekarang.

#### 7. Persujudan

Di muka umum yang menghadap ke timur yang mirip dengan Surau terdapat Pasujudan. Sebelum di bangun, pasujudan ini berupa batu besar yang dilingkari tembok dalam segi empat. Menurut sesepuh terdahulu, batu ini digunakan Syeikh Ahmad Mutamakkin untuk melaksanakan ibadah sholat Dhuha. Pada era KH. Salam, tempat ini di gunakan sholat sunnah saat akan berangkat dan pulang dari berpergian. Dan zaman KH Sirodj dilakukan pembangunan untuk menutup batu dengan bangunan di dalam, lalu di sempurnakan oleh KH. Thohir Nawawi.<sup>75</sup>

#### 8. Tasbih Besar dan Kursi

Peninggalan yang berupa barang Tasbih dan Kursi ini terletak di pintu makam sunan kudus. Dalam hal ini ada dua argument. Ada yang mengatakan keduanya peninggalan Sunan Kudus

---

<sup>75</sup> Ibid h. 122

dan ada yang berpendapat peninggalan Syeikh Ahmad Mutamakkin. Pendapat yang kedua lebih kuat lantaran memungkinkan mengingat ibu Syaikh Ahmad Mutamakkina masih sedarah dengan istri Sunan Kudus dari keturunan Sayid Aly Bejagung.<sup>76</sup>

---

<sup>76</sup> *Ibid.* h.123

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN**

Bab ini membahas penelitian tentang peran pemerintah kabupaten Pati dalam menggerakkan ekonomi kreatif pada wisata religi makam Syekh Ahmad Mutamakkin kaje Pati. *Pertama*, peran pemerintah dalam menggerakkan ekonomi kreatif di wisata religi makam Syekh Ahmad Mutamakkin kaje Pati. *Kedua*, strategi pemerintah dalam menggerakkan ekonomi kreatif di wisata religi makam Syekh Ahmad Mutamakkin kaje Pati.

#### **A. Peran Pemerintah Dalam Menggerakkan Ekonomi Kreatif di Wisata Religi Makam Syekh Ahmad Mutamakkin Kaje Pati**

Dalam konsep Triple Helix tahun 1990-an Etzkowitz & Leydesdorff mengembangkan interaksi antara pemerintah, industri (pelaku bisnis) dan Akademik (cendekiawan). Konsep ini sering digunakan sebagai kerangka normatif antara peneliti untuk pemahaman interaksi antara aktor dalam inovasi sebuah sistem. Selain itu juga menjadi strategi umum yang digunakan pemerintah dalam mengembangkan inovasi suatu kebijakan.

Dalam konsep ABG atau *Academic, Business & Government*, pelaku bisnis/industry berperan sebagai rumah produksi, pemerintah adalah sumber hubungan yang kontraktual yang memastikan interaksi dan pertukaran yang stabil dan cendekiawan / akademik sebagai sumber pengetahuan dan teknologi baru. Sinergitas antara ketiga aktor ini merupakan prinsip generative dalam membangun ekonomi berbasis pengetahuan, yang memungkinkan tercapainya integritas ekonomi yang lebih erat.<sup>77</sup>

Tiga pelaku yaitu akademisi, pelaku bisnis, dan pemerintah mempunyai tugas mempunyai fungsi masing-masing. Mulai dari

---

<sup>77</sup> Muhammad Fakhru Izzati Wilopo, *Implementasi Triple Helix Dalam Mendorong Pertumbuhan Industri Kreatif Di Kota Malang Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Untuk Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean*, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang, 2018, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 55 No. 1 Februari 2018

akademisi mempunyai tugas sebagai agen yang menyebarkan dan mengimplementasikan ilmu pengetahuan, kebudayaan, dalam ekonomi kreatif, yang sesuai dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu: 1) peran pendidikan ditujukan untuk mendorong lahirnya generasi kreatif Indonesia dengan pola pikir yang mendukung tumbuhnya karsa dan karya dalam industri kreatif; 2) peran penelitian dilakukan untuk memberi masukan tentang model kebijakan pengembangan industri kreatif dan instrumen yang dibutuhkan, serta menghasilkan teknologi yang mendukung cara kerja dan sumberdaya yang efisien dan menjadikan industri kreatif nasional yang kompetitif; dan (3) peran pengabdian masyarakat dilakukan untuk membentuk masyarakat dengan institusi/tatanan sosial yang mendukung tumbuh suburnya industri kreatif nasional.<sup>78</sup>

Selanjutnya ada pelaku bisnis yang juga mempunyai tugas sebagai pencipta produk, lapangan pekerjaan, bahkan sebagai pembentuk komunitas-komunitas pelaku bisnis untuk ikut membangun dan menggerakkan industri kreatif. Dari beberapa bisnis yang ada di wisata religi makam Syekh Ahmad Mutamakkin salah satunya adalah usaha pembuatan kaos/sablon “Ngaos Kadjen” dengan ciri khas sablon kaos beresensi simbol-simbol dakwah Syekh Ahmad Mutamakkin yang dimiliki oleh saudara Zuli Rizal. Hal ini sebagai bentuk-bentuk ekonomi kreatif yang selalu tampil dengan nilai tambah yang khas, agar tercipta nilai tambah tersendiri.<sup>79</sup>

Pemerintah dalam pengembangan ekonomi kreatif didefinisikan sebagai sebuah organisasi yang memiliki otoritas untuk mengelola suatu negara. Dengan otoritas itu maka pemerintah memiliki kekuasaan untuk membuat dan menerapkan hukum serta Undang-Undang di wilayah tertentu. Dalam hal ini pemerintah yang dimaksud yaitu pemerintah kabupaten Pati. Melihat dari pemerintah kabupaten Pati yang menjadi

---

<sup>78</sup> Maulel Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2010. h 248

<sup>79</sup> Wawancara dengan Zuli Rizal sebagai pengusaha kaos sablon “Ngaos Kadjen” pada tanggal 1 Mei 2019

salah satu aktor penggerak industri kreatif maka ada empat peran utama yang di emban pemerintah, yang terpenting yaitu sebagai (1) katalisator, fasilitator, advokasi (2) regulator, (3) investor / *entrepreneur* (4) *Urban planner*.<sup>80</sup>

Sebagai katalisator, fasilitator, advokasi yang memberi tantangan dan dorongan agar ide-ide bisnis bergerak ketingkat yang lebih baik, pemerintah juga bisa memberikan komitmen untuk menggunakan kekuatan politiknya secara proporsional dan memberikan admisitrasi publik yang baik. Karena tidak selamanya dukungan atau bantuan itu harus bersifat material, finansial, insentif ataupun perlindungan.

Pemerintah kabupaten Pati juga bergerak sebagai regulator yang menghasilkan kebijakan-kebijakan atau otonomi daerah yang berkaitan dengan masyarakat, industri, institusi, intermediasi sumberdaya dan teknologi sehingga dapat mempercepat proses industri kreatif. Pembuatan kebijakan-kebijakan yang menciptakan iklim bisnis yang kondusif mampu memicu pergerakan ekonomi kreatif kearah lebih baik. Dan pemerintah juga harus mengatur bahwa kebijakan yang telah di keluarkan dijalankan dengan baik.<sup>81</sup>

Sebagai konsumen, investor bahkan *entrepreneur*, pemerintah harus dapat memberdayakan asset Negara agar menjadi lebih produktif, seperti yang di harapkan oleh pemuda *Islamic Center Kajen* yang diwakili Zuli Rizal mengharapkan Pemerintah kabupaten Pati membuka menjalin kerjasama untuk sebuah destinasi wisata baru di Kajen yang berupa museum atau penulusuran manuskrip kuno karena wisata religi makam Syeikh Ahmad Mutamakkin Kajen mempunyai sejarah tersendiri mengenai perjuangan dakwah Islam tradisional.<sup>82</sup>

---

<sup>80</sup> Maulel Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2010. hal 250

<sup>81</sup> Ibid, h. 252-257

<sup>82</sup> Wawancara dengan Zuli Rizal perwakilan Islamic Center Kajen pada tanggal 1 Mei 2019

Terkait dengan peran pemerintah kabupaten Pati sebagai *Urban Planner*, agar kondisi pengembangan ekonomi kreatif berjalan baik, maka perlu diciptakan kota-kota kreatif. Pemerintah kabupaten Pati memiliki peran sentral dalam menciptakan kota kreatif yang mampu mengonsentrasikan dan mengakumulasikan energi dan potensi dari individu-individu kreatif untuk menjadi magnet yang menarik minat individu/sebuah perusahaan untuk membuka bisnis agar berinvestasi di wilayah Wisata religi Makam Syeikh Ahmad Mutamakkin karena melihat potensi SDM yang berpengetahuan tinggi dan bersikulasi di daerah itu.

Keterlibatan Pemerintah kabupaten Pati dalam menggerakkan ekonomi kreatif sangat dibutuhkan, terkhusus pada wisata religi makam Syeikh Ahmad Mutamakkin Kajen Pati melalui pengelolaan otonomi daerah yang baik, penegakan demokrasi, dan prinsip-prinsip *good governance*. Dengan regulasi yang tepat maka bisa membawa dampak positif tersendiri bagi pergerakan ekonomi kreatif di wilayah kabupaten pati. Kemajuan pembangunan industri kreatif sangat dipengaruhi oleh lokasi, dan toleransi atau pola pikir kreatif. Selain itu prinsip-prinsip *good governance*, partisipasi, penegakan hukum, transparansi, profesionalisme, akuntabilitas dan supervise adalah prinsip-prinsip pengelolaan dimana industri kreatif bisa tumbuh.<sup>83</sup>

Dilihat dari segi geografis makam Syeikh Ahmad mutamakkin terletak di desa Kajen yang memiliki luas sekitar 63 hektar dan tidak ada persawahan dan pertanian, sehingga pekerjaan penduduknya sebagian besar adalah berdagang. Lokasi sekitar wisata religi makam Syeikh Ahmad Mutamakkin merupakan lokasi potensial untuk pergerakan ekonomi kreatif karena didukung oleh sosok beliau yang terkenal mempunyai karomah dan sufistik. Dari ke Sufistikan dan karomah Syeikh Ahmad Mutamakkin itulah yang mendatangkan wisatawan/peziarah yang selalu

---

<sup>83</sup> Mauled Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2010. h 256

ada untuk melakukan kegiatannya.<sup>84</sup> Dilihat dari sisi itu bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan minat pengunjung, karena dalam wisata erat kaitannya dengan salah satu subsektor ekonomi kreatif yaitu souvenir/kerajinan dan pertunjukkan seni.

Secara keseluruhan dalam prioritas menggerakkan ekonomi kreatif pada seluruh objek wisata di kabupaten Pati (Objek wisata umum), pemerintah kabupaten Pati, akademisi dan pelaku bisnis sudah melakukan sinergitas untuk mendongkrak kegiatan industri kreatif di kabupaten Pati. Namun, hasil dari itu belum berdampak pada wilayah wisata religi makam Syekh Ahmad Mutamakkin. Pemerintah belum bisa memberi peran yang signifikan dalam menggerakkan ekonomi kreatif di wisata religi makam Syekh Ahmad Mutamakkin, dikarenakan terbatasnya akses pemerintah kabupaten pati yang disebabkan di wisata religi makam Syekh Ahmad Mutamakkin desa kijen yang memegang otoritas adalah para dzurriyah (keturunan) Syekh Ahmad Mutamakkin, kyai dan sesepuh.<sup>85</sup>

Dzurriyah Syekh Ahmad Mutamakkin ini mempunyai kekuasaan atau otoritas untuk mengizinkan atau tidak mengizinkan kegiatan yang di adakan di wilayah kompleks wisata religi makam Syekh Ahmad Mutamakkin, karena walaupun pemerintah memberikan legalitas izin atau administratif untuk suatu kegiatan yang berkaitan industri kreatif seperti pertunjukkan seni, pelatihan soft skill, atau kegiatan-kegiatan lain yang bersifat peningkatan ekonomi kreatif tidak bisa terlaksana apabila tidak mendapatkan izin dari Dzurriyah, kyai atau sesepuh di Kompleks wisata religi makam Syekh Ahmad Mutamakkin.<sup>86</sup> Ditambah dengan karomah dan kesufistiknya Syekh Ahmad Mutamakkin dalam bidang Ekonomi yang difalsafahkan atau di juluki oleh masyarakat Kijen sebagai “*MBAH SURGI*”, dari kata “*SURGI*” yang mempunyai kepanjangan “*NGGASUR*

---

<sup>84</sup> Wawancara dengan Zuli Rizal perwakilan Islamic Center Kijen pada tanggal 1 Mei 2019

<sup>85</sup> Wawancara dengan bapak Drs. Soehartomo, S.E Penanggung jawab DINPORAPAR kab. Pati bidang Ekonomi Kreatif pada tanggal 29 Mei 2019

<sup>86</sup> Wawancara dengan bapak Muhamad Ridwan sebagai Juru Kunci Makam Syekh Ahmad Mutamakkin Kijen Pati pada tanggal 1 Mei 2019



– *NGGASUR TAPI MARGI*” artinya apapun usaha atau pekerjaannya, insyaallah margi (berkah dan berhasil). Karena masyarakat mempunyai falsafah itu maka apapun usaha asal ingat dengan Syeikh Ahmad Mutamakkin (*Mbah Surgi*) insyaallah barokah pekerjaannya karena rejeki sudah ada yang mengatur. Sehingga masyarakat Kajen tidak takut persaingan industri kreatif antar sesama pedagang yang berjualan dengan satu produk yang sama karena falsafah “*Mbah Surgi*”.<sup>87</sup>

Pemerintah kabupaten Pati bisa melakukan seperti yang dilakukan Pemda Purworejo. Sinergi antara ekonomi kreatif dengan sektor wisata merupakan sebuah model pengembangan ekonomi yang cukup untuk dikembangkan di Indonesia, termasuk Kabupaten Purworejo. Untuk mengembangkan ekonomi kreatif sebagai penggerak sektor wisata dibutuhkan konektivitas, yaitu dengan menciptakan *outlet* produk-produk kreatif di lokasi dan dekat dengan lokasi wisata. *Outlet* tersebut dapat berupa *counter* atau sentra kerajinan yang dapat di kemas dalam paket-paket wisata. *Outlet* kerajinan berupa counter atau toko sebaiknya dikembangkan pada tempat wisata yang sudah populer seperti masjid agung dan alun-alun purworejo. Pada sentra kerajinan, wisatawan tidak hanya sekedar memberi souvenir, tetapi melihat proses pembuatannya, dan bahkan ikut serta dalam proses pembuatannya bahkan ikutserta dalam pembuatannya tersebut. Potensi batik selain untuk kebutuhan souvenir pariwisata juga bisa untuk kebutuhan seragam sekolah dan pegawai. Untuk menggerakkan industri kreatif dalam perekonomian dan kepariwisataan Purworejo, maka potensi kerajinan batik perlu dikembangkan dan didukung melalui kebijakan pemerintah. Sebagai contoh, Pemda Purworejo bekerjasama dengan DPRD, tokoh dan pengusaha batik menyusun Perda seragam batik untuk para pegawai negeri, swasta, sekolah (SD, SMP, dan SMA). Perda perlu disiapkan dengan Instansi terkait untuk mengembangkan produksi batik cap secara bertahap sesuai dengan

---

<sup>87</sup> Wawancara dengan Zuli Rizal perwakilan Islamic Center Kajen pada tanggal 1 Mei 2019

kebutuhan beragam. Setelah akses cukup jelas, maka usaha kerajinan perlu ditingkatkan pada aspek keterampilan SDM perajin, akses teknologi dan financial. Sehingga peran pemerintah, perguruan tinggi dan dana bergulir dari BUMN sangat dibutuhkan.<sup>88</sup>

Hal yang dilakukan pemerintah kabupaten Purworejo bisa di jadikan sebagai percontohan pemerintah kabupaten Pati untuk melakukan kegiatan/ Peraturan Daerah yang bertujuan untuk menggerakkan ekonomi kreatif di wisata religi makam Syekh Ahmad Mutamakkin Kaje.

## **B. Strategi Pemerintah Dalam Menggerakkan Ekonomi Kreatif di Wisata Religi Makam Syekh Ahmad Mutamakkin Kaje Pati**

Dalam kutipan bapak Muchamad Fauzi yang menjelaskan tentang strategi menurut Uytterhoeven Strategik bahwa strategi adalah sebagai usaha pencapaian suatu tujuan. Lain halnya dengan Glueck and Jauch yang mendefinisikan bahwa strategi sebagai rencana yang disatukan, luas dan terintegrasi. Sedangkan Christense mendefinisikan strategi sebagai pola-pola dan rencana untuk mencapai tujuan. Kemudian Ansoff memberikan definisi yaitu strategi sebagai aturan untuk pembuatan keputusan dan penentuan garis pedoman.<sup>89</sup> Dalam penggunaan strategi ini, pemerintah lebih condong dengan definisi dari Ansoff yang sesuai dengan sistem yang diterapkan pemerintah karena pemerintah mengadopsi dari Ansoff yang pada akhirnya pemerintah sering menerbitkan peraturan untuk pembuatan keputusan dan penentuan pedoman garis agar bisa diterapkan mulai dari pemerintah pusat, sampai pemerintah tingkat daerah. Pemerintah tingkat daerah dalam lingkup ini yaitu pemerintah kabupaten Pati.<sup>90</sup>

---

<sup>88</sup> Suparwoko, *Pengembangan ekonomi kreatif sebagai Penggerak Industri Pariwisata, Simposium Nasional, Universitas Islam Indonesia, 2010*

<sup>89</sup> Muchamad Fauzi, *Managemen Strategik*, Semarang: CV. Karya Abadi, 2015, h.1

<sup>90</sup> Wawancara dengan bapak Drs. Soehartomo, S.E Penanggung jawab DINPORAPAR kab. Pati bidang Ekonomi Kreatif pada tanggal 29 Mei 2019

Pemerintah kabupaten Pati menjalankan perencanaan yang dilakukan pemerintah pusat yakni pembuatan keputusan dengan membentuk Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) pada tanggal 20 Januari 2015 berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 6 tahun 2015 lalu mengalami perubahan terakhir dengan Peraturan Presiden Nomor 72 tahun 2015 Atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif. Melalui badan ini pemerintah membuat Rencana Strategis Pengembangan ekonomi kreatif tahun 2015 -2019 yang merupakan referensi utama bagi seluruh unit kerja di dalam bekraf untuk melaksanakan program dan kegiatan tahun 2015 – 2019.

Sebagai wujud bisnis, ekonomi kreatif bila berada pada ekosistem yang tepat dan benar benar kondusif maka dapat tumbuh dengan sehat. Didalam struktur organisasi Bekraf terdapat Unsur-unsur pembangunan ekosistem yaitu terdiri dari ruang kreatif dan apresiatif, jadi produksi dan apresiasi. Sehingga pemerintah mengadopsi unsur-unsur ekosistem yang dapat menghasilkan arah kebijakan pembangunan ekonomi kreatif di kabupaten Pati antara lain:

1. Mengembangkan riset unggulan dan kompetensi sumberdaya manusia pada sektor ekonomi kreatif.
2. Meningkatkan akses permodalan bagi pelaku ekonomi kreatif.
3. Memfasilitasi ketersediaan infrastruktur sektor ekonomi kreatif.
4. Meningkatkan ekspansi pasar ekonomi kreatif.
5. Meningkatkan manfaat ekonomi bagi pemegang Hak Kekayaan Intelektual di sektor ekonomi kreatif.
6. Membangun dan memperkuat kelembagaan dan regulasi di sector ekonomi kreatif, dan
7. Memantapkan pelaksanaan reformasi birokrasi dan tata kelola pemerintahan yang baik.<sup>91</sup>

---

<sup>91</sup> Badan Ekonomi Kreatif Indonesia, *Rencana Strategis Badan Ekonomi Kreatif*. 2015 hal 24-26

Pemerintah kabupaten Pati melalui Dinas Pemuda dan Pariwisata mengadopsi Strategi Badan Ekonomi Kreatif. Yakni Keunggulan Operasi yang didalamnya dimaksudkan untuk memastikan program dan kegiatan Badan Ekonomi Kreatif dalam melayani dan memfasilitasi pelaku ekonomi kreatif terlaksana dengan baik, tepat waktu, tepat sasaran, tepat biaya. Ada 3 strategi dalam Keunggulan Operasi, yaitu (1) *Tap Down* (2) *Bottom Up* (3) *Koheren*. Pemerintah kabupaten Pati mengambil strategi *Top down* karena dari sumberdaya yang terbatas terutama pendanaan, maka pengembangan ekonomi kreatif difokuskan pada 2 kelompok subsektor yaitu, subsektor unggulan dan subsektor prioritas, subsektor unggulan terdiri dari Kriya, Kuliner, dan Fashion, sedangkan subsektor prioritas terdiri dari Film, Animasi, video, Aplikasi, game, dan Musik.<sup>92</sup> Berikut strategi tap down yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Pati.

#### A. Subsektor Unggulan

Tabel 1.3

#### Subsektor Unggulan

NO	SUBSEKTOR	Strategi <i>Tap down</i> subsektor unggulan
1	Kriya	Pembangunan Plaza Pragola yang di gunakan untuk memasarkan/memamerkan produk-produk kreatif dari Kabupaten Pati, contoh : Batik Bakaran
2	Kuliner	Pemerintah kabupaten Pati melakukan Promosi kuliner khas kabupaten Pati. Promosi kuliner makanan khas kabupaten Pati yakni Nasi Gandul, Soto kemiri, Jeruk Pamelon, dan kopi asli agro wisata jolong
3	Fashion	Event Duta Wisata dalam rangka promosi Batik khas Pati dan promosi wisata di Pati

<sup>92</sup> Wawancara dengan bapak Drs. Soehartomo, S.E Penanggung jawab DINPORAPAR kab.Pati bidang Ekonomi Kreatif pada tanggal 29 Mei 2019

Tabel 1.4

## B. Subsektor Prioritas

NO	SUBSEKTOR	Strategi <i>Tap down</i> subsektor Prioritas
1	Film, Animasi dan Vedio	Memberikan pelatihan dan perlombaan film pendek, pelatihan desain grafis untuk mendongkrak minat pelaku ekonomi kreatif di bidang audio visual di kabupaten Pati.
2	Aplikasi dan Game	Pembuatan dan pengembangan aplikasi maupun web untuk mengakses Wisata yang ada di pati.
3	Musik	Mengadakan festival musik guna mengembangkan dan memunculkan band-band local agar bisa berkarier ketingkat nasional.

Sumber: Wawancara dengan bapak Drs. Soehartomo, S.E Penanggung jawab DINPORAPAR kab. Pati bidang Ekonomi Kreatif pada tanggal 29 Mei 2019

Namun pada hasilnya, strategi yang dilakukan pemerintah kabupaten Pati masih belum tepat sasaran, karena pihak-pihak yang terlibat dalam strategi *Tap down* pemerintah kabupaten Pati masih sekitar masyarakat pelaku ekonomi kreatif berkawasan di tempat pariwisata yang bersifat umum, seperti wisata Gua Pancur, Agro Wisata Jolong, Hutan Pinus Pangonan, Bukit Pandang Kayen, Wisata Jrahi, Wisata Plorotan Semar, dan lainnya.<sup>93</sup> Karena belum mengarah kepada masyarakat pelaku ekonomi kreatif pariwisata pilgrim/religi, terutama masyarakat kawasan Wisata religi Makam Syeikh Ahmad Mutamakkin, maka pemerintah harus memberikan perhatian khusus supaya melaksanakan strategi *tap down* pada masyarakat pelaku ekonomi kreatif di wisata religi makam Syeikh Ahmad Mutamakkin untuk menggerakkan ekonomi kreatif di wilayah tersebut.

---

<sup>93</sup> Wawancara dengan bapak Drs. Soehartomo, S.E Penanggung jawab DINPORAPAR kab. Pati bidang Ekonomi Kreatif pada tanggal 29 Mei 2019

Pemerintah kabupaten Pati bisa melakukan langkah-langkah strategi yang dilakukan pemerintah kabupaten Malang dalam mengembangkan Ekowisata berbasis ekonomi lokal. Yang menunjukkan bahwa Pulau Sempu merupakan wilayah wisata yang dapat dikembangkan menjadi ekowisata yang menarik bagi wisatawan domestik dan internasional yang ingin menikmati konsep ekowisata. Pengembangan ekowisata di wilayah Pulau Sempu hendaknya dapat diselaraskan dengan kondisi sosial dan ekonomi masyarakat, serta tidak berbenturan dengan upaya konservasi yang telah dilakukan pemerintah daerah di wilayah ini. Pengembangan ekowisata di Pulau Sempu semaksimal mungkin harus dapat melibatkan masyarakat dan pemerintah daerah secara optimal dalam setiap proses-proses didalamnya. Hal ini dilakukan guna memberikan ruang yang luas bagi masyarakat setempat untuk menikmati keuntungan secara ekonomi dari pengembangan ekowisata di wilayah ini. Peningkatan kerjasama perlu untuk ditingkatkan dengan institusi atau lembaga terkait, seperti agen perjalanan dan unit aktivitas mahasiswa pecinta alam, guna melahirkan ide-ide yang kreatif guna pengembangan wilayah ekowisata. Selain itu keterlibatan mereka juga diharapkan untuk memperkuat konsep ekowisata di wilayah Pulau Sempu.<sup>94</sup>

Dengan mengadopsi langkah-langkah yang digunakan kabupaten Malang untuk ekowisatanya maka pemerintah kabupaten Pati harus bisa memanfaatkan peluang di Wisata religi makam Syeikh Ahmad Mutamakkin sebagai potensi pariwisata pilgrim/religi yang bisa dikembangkan secara maksimal, untuk menggerakkan ekonomi kreatif melihat potensi dari tempat, masyarakat dan pengunjung/peziarahnya yang selalu datang di setiap waktu.

---

<sup>94</sup> Dias Satria, "*Strategi Pengembangan Ekowisata Berbasis Ekonomi Lokal Dalam Rangka Program Pengentasan Kemiskinan Di Wilayah Kabupaten Malang*" Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya, 2009.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Peran pemerintah kabupaten Pati dalam menggerakkan ekonomi kreatif di wisata religi makam Syekh Ahmad Mutamakkin Kajeen Pati. Pemerintah sebagai penggerak ekonomi kreatif adalah sumber hubungan kontraktual yang memastikan antara intelektual sebagai sumber pengetahuan dan teknologi baru, Dan pelaku bisnis sebagai rumah Produksi. Sinergitas antara Pemerintah, Pelaku Bisnis, dan Intelaktual merupakan prinsip ekonomi yang berbasis pengetahuan yang memungkinkan tercapainya intregitas ekonomi yang erat. Pemerintah kabupaten Pati menghasilkan kebijakan-kebijakan atau otonomi daerah yang berkaitan dengan masyarakat, industri, institusi, intermediasi sumberdaya dan teknologi sehingga dapat mempercepat proses industri kreatif. Hasil dari itu belum berdampak pada wilayah wisata religi makam Syekh Ahmad Mutamakkin. Pemerintah belum bisa memberi peran yang signifikan dalam menggerakkan ekonomi kreatif di wisata religi makam Syekh Ahmad Mutamakkin, dikarenakan terbatasnya akses pemerintah kabupaten Pati yang disebabkan hal pemegangan otoritas, yang dipegang para dzurriyah (keturunan) Syekh Ahmad Mutamakkin, kyai dan sesepuh. Sehingga akses pemerintah untuk mengembangkan dan menggerakkan ekonomi kreatif di wilayah ini terbatas.
2. Strategi pemerintah dalam menggerakkan ekonomi kreatif di wisata religi makam Syekh Ahmad Mutamakkin Kajeen Pati. Pemerintah mengadopsi dari Ansoff yang pada akhirnya pemerintah sering menerbitkan peraturan untuk pembuatan keputusan dan penentuan

pedoman garis agar bisa diterapkan mulai dari pemerintah pusat, sampai pemerintah tingkat daerah. Pemerintah tingkat daerah dalam lingkup ini yaitu pemerintah kabupaten Pati. Dalam melaksanakan strategi *tap down* dari Bekraf maka pemerintah kabupaten Pati harus memberikan perhatian khusus pada masyarakat pelaku ekonomi kreatif di wisata religi makam Syeikh Ahmad Mutamakkin untuk menggerakkan ekonomi kreatif di wilayahnya, di karenakan strategi *tap down* pemerintah kabupaten Pati masih belum tepat sasaran, karena pihak-pihak yang terlibat dalam strategi *Tap down* pemerintah kabupaten pati masih sekitar masyarakat pelaku ekonomi kreatif berkawasan di tempat pariwisata yang bersifat umum.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disampaikan saran-saran sebagai berikut:

1. Diharapkan pemerintah menjalin komunikasi dengan Pihak Yayasan Islamic Center Kajen untuk menjalin kerjasama antara keduanya dalam mengembangkan Wisata Religi Syeikh Ahmad Mutamakkin Kajen.
2. Hendaknya Pemerintah memberikan perhatian khusus kepada pelaku ekonomi kreatif di wilayah sekitar wisata religi Makam Syeikh Ahmad Mutamakkin melalui undangan kegiatan pelatihan – pelatihan yang bertujuan untuk mengembangkan ekonomi kreatif di wilayah tersebut agar lebih maksimal.
3. Diharapkan pemerintah membuat kebijakan - kebijakan khusus untuk seluruh wisata religi yang ada wilayah kabupaten Pati.





## DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Yuhanna, dan Annisa Anggraeni. *Modal Intelektual Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Studi Kasus Pada Sentra Kerajinan Sepatu Cibaduyut Bandung*. Jurnal Universitas Telkom 2015.
- Badan Ekonomi kreatif Indonesia. *Rencana Strategis Badan Ekonomi Kreatif*. Indonesia, 2015.
- Callista, Emiria. *Penilaian Wisatawan dan Masyarakat terhadap Fasilitas wisata religi KH. Abdurrahman Wahid*, Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota B SAPPK V3NI, Sekolah Arsitektur, Perencanaan dan Pengembangan kebijakan ITB. (diakses pada 24 februari 2019).
- \_\_\_\_\_, *Penilaian Wisatawan dan Masyarakat terhadap Fasilitas wisata religi KH. Abdurrahman Wahid*, Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota B SAPPK V3NI, Sekolah Arsitektur, Perencanaan dan Pengembangan kebijakan ITB. (diakses pada 24 februari 2019).
- \_\_\_\_\_, *Penilaian Wisatawan dan Masyarakat terhadap Fasilitas wisata religi KH. Abdurrahman Wahid*, Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota B SAPPK V3NI, Sekolah Arsitektur, Perencanaan dan Pengembangan kebijakan ITB. (diakses pada 24 februari 2019).
- Chapra, Umer. *Sistem Moneter Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 2000.
- Creswell, Jhon W, *Research Design. Pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixel*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Danuar Tri U, Dani. *Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Semarang*. Skripsi, Semarang Universitas Diponegoro 2013.
- Elka Pangestu, Mari. *Pengembangan Ekonomi Kreatif 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2025*, Departemen Perdagangan Republik Indonesia 2008.
- Endang Sulastri, Reni dan Nova Dilastri. *Peran Pemerintah Dan Akademisi Dalam Memajukan Industri Kreatif Kasus Pada Ukm Kerajinan Sulaman Di Kota Pariaman*, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, 2015.
- Fakhrul Izzati Wilopo, Muhammad. *Implementasi Triple Helix Dalam Mendorong Pertumbuhan Industri Kreatif Di Kota Malang Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Untuk Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean*, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang, 2018, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 55 No. 1 Februari 2018.
- Fauzi, Muchamad. *Manajemen Strategik*, Semarang: CV.Karya Abadi, 2015.

- Hasan Basri, A. Said. *Peran Dalam Layanan Bimbingan Konseling Islam Di Sekolah*, Jurnal Dakwah, Vol, XI No 1, Januari-Juni 2010.
- Idris, Muhammad, *Metode Penelitian Ilmu Sosial Edisi Kedua*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Hermawan, Hari. *Dampak Pengembangan Wisata Desa Nglanggeran Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal*, 2016.
- Karyono, A. Hari. *Kepariwisata*, Jakarta: Grasindo, 1997.
- Kementerian Agama RI. *AL-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: Penerbit Jabal, 2010.
- Ma'mur Asmani, Jamal. "*Dakwah Aswaja An-Nahdliyyah Syaikh Ahmad Mutamakkin*", Yogyakarta: Global Press, 2018.
- Meldi Kesuma, Teuku. *Prinsip Dan Kriteria Periklanan Dari Perspektif Islam*, Department Of Management Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala, 2012.
- Moelyono, Mauled. *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2010.
- Nirwandar, Sapta, *Building Indonesia WOW Indonesia Tourism and Creative Industry*, Gramedia, Jakarta, 2014.
- Purhantara, Wahyu, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Qardhawi, Yusuf, *Fiqh Musik dan Lagu*. Bandung: Mujahid Press. 2002.
- Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Bisnis Islam*. Alih Bahasa Zainal Arifin. Jakarta: Gema Insani. 1999.
- Rachman, Abdul. *Etika Penyiaran Dalam Perspektif Islam*, Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Jurnal RISALAH Vol, XXIV Edisi 2, November 2013.
- Rohmah, Usisa. *Upaya Pemerintah Dalam Peningkatan Industri Batik Bakaran Di Kabupaten Pati Melalui Program Ekonomi Kreatif*, Program Studi Ilmu Pemerintahan Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, 2017.
- \_\_\_\_\_, *Upaya Pemerintah Dalam Peningkatan Industri Batik Bakaran Di Kabupaten Pati Melalui Program Ekonomi Kreatif*, Program Studi Ilmu Pemerintahan Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, 2017.

- \_\_\_\_\_, *Upaya Pemerintah Dalam Peningkatan Industri Batik Bakaran Di Kabupaten Pati Melalui Program Ekonomi Kreatif*, Program Studi Ilmu Pemerintahan Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, 2017.
- S. Pendit, Nyoman. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*, Pradnya Paramita, Jakarta, 2003.
- Sani alhusain, Achmad. *Peran Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif*, Jakarta, Sekretariat Jenderal DPR RI, 2015.
- Satria, Dias. *Strategi Pengembangan Ekowisata Berbasis Ekonomi Lokal Dalam Rangka Program Pengentasan Kemiskinan Di Wilayah Kabupaten Malang*. Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya, 2009.
- Shihab, Quraish. *Wawasan Al-Qur'an: Tafsir Maudhu'i Atas Berbagai Persoalan Umat*. Cet III. Bandung: Mizan. 1996.
- Sidauruk, Rosmawaty. *Peningkatan Peran Pemerintah Daerah Dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Provinsi Jawa Barat*, Badan Penelitian dan Pengembangan Kementerian Dalam Negeri, 2013.
- Soewadji, Yusuf. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media. 2012.
- Strauss, Anselm dan Juliet Corbin. *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2009.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2008.
- Sugiyono, *memahami penelitian kualitatif*, Cetakan-8, BANDUNG: Alfabeta, 2012.
- Suparwoko, *Pengembangan ekonomi kreatif sebagai Penggerak Industry Pariwisata, Simposium Nasional, Universitas Islam Indonesia, 2010*.
- Suwantoro, Gamal, *Dasar-dasar Pariwisata*, Yogyakarta: Andi Offset, 1997.
- Tholhah Hasan, Muhammad. *Islam dan Masalah Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Lantabora Press, 2003.
- Usman Rianse, Abdi, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi (Teori dan Aplikasi)*, Bandung: Alfabeta, 2012
- Utami, *Integrasi Konsep Islami Dan Konsep Arsitektur Modern Pada Perancangan Arsitektur Masjid (Studi Kasus Pada Karya Arsitektur Masjid Achmad Noe'man)*, Jurusan Teknik Arsitektur Institut Teknologi Nasional. (diakses pada 27 februari 2019).

[http://www.bekraf.go.id/downloadable/pdf\\_file/160814-peraturan-kepala-badab-ekonomi-kreatif-republik-indonesia-nomor-10-tahun-2016](http://www.bekraf.go.id/downloadable/pdf_file/160814-peraturan-kepala-badab-ekonomi-kreatif-republik-indonesia-nomor-10-tahun-2016)

<http://www.nu.or.id/post/read/8187/tradisi-ziarah-kubur> diakses pada 6 Maret 2019.

<http://www.nu.or.id/post/read/27712/ziarah-kubur> diakses pada 6 Maret 2019.

<http://www.wisatamu.com/wisata-religi.html> diakses pada 6 maret 2019

<https://www.kemlu.go.id/> diakses-pada-tanggal-20-desember-2018

[Kajen-margoyoso.desa.id/Kepedudukan/](http://Kajen-margoyoso.desa.id/Kepedudukan/) di akses pada tanggal 10 Juli 2019

Wawancara dengan bapak Drs. Soehartomo, S.E Penanggung jawab DINPORAPAR kab. Pati bidang Ekonomi Kreatif pada tanggal 29 Mei 2019

Wawancara dengan Zuli Rizal perwakilan Islamic Center Kajen pada tanggal 1 Mei 2019

Wawancara dengan bapak Muhamad Ridwan sebagai Juru Kunci Makam Syeikh Ahmad Mutamakkin Kajen Pati pada tanggal 1 Mei 2019.

Wawancara dengan Zuli Rizal

sebagai pengusaha kaos sablon “Ngaos Kadjen” pada tanggal 1 Mei 2019.

## **LAMPIRAN**

### **Instrument wawancara**

1. Bagaimana peran pemerintah dalam menggerakkan ekonomi kreatif di wisata religi makam Syekh Ahmad Mutamakkin Kajen Pati?
2. Bagaimana peran pemerintah dalam pembangunan infrastruktur penunjang wisata religi makam Syekh Ahmad Mutamakkin Kajen Pati?
3. Bagaimana peran pemerintah dalam mengatur ekonomi kreatif di wisata religi makam Syekh Ahmad Mutamakkin Kajen Pati?
4. Bagaimana peran pemerintah sebagai konsumen di bidang ekonomi kreatif di wisata religi makam Syekh Ahmad Mutamakkin Kajen Pati?
5. Bagaimana peran pemerintah sebagai investor di bidang ekonomi kreatif di wisata religi makam Syekh Ahmad Mutamakkin Kajen Pati?
6. Bagaimana peran pemerintah sebagai entrepreneur produk ekonomi kreatif di wisata religi makam Syekh Ahmad Mutamakkin Kajen Pati?
7. Bagaimana strategi pemerintah dalam menggerakkan ekonomi kreatif di wisata religi makam Syekh Ahmad Mutamakkin Kajen Pati?
8. Konsep Strategi yang mana yang di adopsi pemerintah kabupaten pati?
9. Apakah pemerintah sudah melakukan kegiatan - kegiatan untuk meningkatkan dan menggerakkan ekonomi kreatif di kabupaten Pati?
10. Hal apa saja yang telah dilakukan Pemerintah Kabupaten Pati untuk meningkatkan dan menggerakkan ekonomi kreatif di kabupaten Pati?



**PEMERINTAH KABUPATEN PATI**  
**DINAS KEPEMUDAAN OLAHRAGA DAN PARIWISATA**

Jl. Panglima Sudirman No.12 Pati 59113

Telepon : (0295) 385651 – 385457

Website : <http://disbudparpora.patikab.go.id>

Faksimile : (0295) 385457

e-mail : [dinporaparkabpati@gmail.com](mailto:dinporaparkabpati@gmail.com)

Pati, 27 Mei 2019

Nomor : 800 / 981  
 Sifat : Biasa  
 Lampiran : --  
 Hal : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada :  
 Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
 Universitas Islam Negeri Semarang  
 di-

**SEMARANG**

Menindaklanjuti surat Saudara Nomor : B-0093/Un.10.5/D1/TL.00/01/2019 tanggal:  
 10 Januari 2019, Hal Permohonan Ijin Penelitian dengan judul skripsi “ PERAN  
 PEMERINTAH KABUPATEN PATI DALAM MENGGERAKKAN EKONOMI KREATIF  
 PADA WISATA RELIGI “, Atas Nama :

N a m a : WISNU TRI PAMUNGKAS  
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
 Universitas : Universitas Islam Negeri Semarang

Maka diberitahukan dengan hormat, kami **MENYETUJUI** untuk melakukan Penelitian  
 pada tanggal 14 Mei s/d 14 Agustus 2019 pada Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata  
 Kabupaten Pati.

Demikian untuk menjadikan maklum dan terima kasih.

KEPALA DINAS KEPEMUDAAN, OLAHRAGA  
 DAN PARIWISATA KABUPATEN PATI



**SIGIT HARTOKO, S.H**  
 Pembina Utama Muda  
 NIP. 19590901 198903 1 012





**PEMERINTAH KABUPATEN PATI**  
**BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH**

Jalan Raya Pati-Kudus Km.4 Pati Kode Pos : 59163  
 Telepon : (0295) 381351 <http://www.bappeda.patikab.go.id>  
 Fax : (0295) 385735 e-mail**bappeda@patikab.go.id**

**REKOMENDASI PENELITIAN DAN/ATAU KEGIATAN SEJENISNYA**

Nomor: 070 /104 / V / 2019


- I. DASAR HUKUM** : Peraturan Bupati Pati Nomor 63 Tahun 2016 tentang kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas Dan Fungsi Serta Tata Kerja Badan Perencanaan Pembangunan Daerah.
- II. MENUNJUK SURAT DARI** : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Semarang  
 Nomor : B-0093/Un.10.5/D1/TL.00/01/2019  
 Tanggal : 10 Januari 2019  
 Perihal : Permohonan Ijin Penelitian
- III.** Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Pati menyatakan **TIDAK KEBERATAN** atas pelaksanaan penelitian / *research* / kegiatan sejenisnya dalam wilayah Kabupaten Pati yang akan dilaksanakan oleh :
1. Nama : **WISNU TRI PAMUNGKAS**
  2. Alamat : Ds. Panjunan Rt 14 Rw 2 Pati
  3. Pekerjaan : Mahasiswa
  - bermaksud melaksanakan : Penelitian untuk menyusun skripsi dengan judul:  
**"PERAN PEMERINTAH KABUPATEN PATI DALAM MENGGERAKAN EKONOMI KREATIF PADA WISATA RELIGI"**
  4. Penanggung Jawab : Ali Murtadho
  5. Lokasi : Pati
- V.** Dengan ketentuan sebagai berikut :
- a. Yang bersangkutan wajib menaati tata tertib dan norma-norma yang berlaku di daerah setempat.
  - b. Sebelum melaksanakan kegiatan yang bersangkutan harus terlebih dahulu melaporkan diri kepada Kepala Wilayah / Desa setempat.
  - c. Setelah selesai Pelaksanaan Penelitian wajib menyerahkan hasil penelitian berupa 1 eksemplar buku hasil penelitian beserta file dalam bentuk CD Kepada Kepala Bappeda Kabupaten Pati.
- V.** Surat Rekomendasi ini berlaku dari : tanggal **14 Mei 2019** s.d. **14 Agustus 2019**.

Dikeluarkan di : P A T I  
 Pada Tanggal : 14 Mei 2019

An. KEPALA BAPPEDA KABUPATEN PATI  
 Sekretaris,

**TEMBUSAN** : Kepada Yth.

1. Bupati Pati (sebagai laporan),
2. Kepala Dinporapar Kab. Pati,
3. \_\_\_\_\_

  
**AGUS SURYANTO, SH**  
 Pembina Tingkat I  
 NIP. 19620815 198912 1 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. DR. HAMKA (Kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang

Nomor : B-3259/Un.10.5/D.1/PP.00.9/11/2018

16 November 2018

Lamp. : -

Hal : Penunjukan menjadi Dosen  
Pembimbing Skripsi

Kepada Yth. :  
Dr. H. Imam Yahya, M.Ag.  
Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
UIN Walisongo

Di Semarang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan pengajuan proposal skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Wisnu Tri Pamungkas  
NIM : 1405026006  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : Peran Pemerintah sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif pada Wisata  
Religi (Studi Kasus Makam Syeh Ahmad Mutamakkin Kajen Pati)

Maka, kami mengharap kesediaan Saudara untuk menjadi Pembimbing I penulisan skripsi mahasiswa tersebut, dengan harapan:

1. Topik yang kami setuju masih perlu mendapat pengarahan Saudara terhadap judul, kerangka pembahasan dan penulisan.
2. Pembimbingan dilakukan secara menyeluruh sampai selesainya penulisan skripsi.

Untuk membantu tugas Saudara, maka bersama ini kami tunjuk sebagai Pembimbing II Saudara/i Cita Sary Dja'akum, SHI., M.E.I.  
Demikian, atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



An Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik.

ALLMURTADHO

Tembusan :

1. Pembimbing II
2. Mahasiswa yang bersangkutan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan telp. (024) 7608454 Semarang 50185  
website: febi.walisongo.ac.id - Email: febiwalisongo@gmail.com

Nomor : B-0093/Un.10.5/D1/TL.00/01/2019  
Lampiran : --  
Hal : Surat Pengantar Izin Pra Riset

10 Januari 2019

Yth.

Kepala Desa Kajen Kab. Pati

Jl. KH. Ahmad Mu'ammakkin, Ds. Kajen, Kec. Margoyoso Kab. Pati  
Di Tempat.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat, kami sampaikan bahwa dalam rangka penyusunan skripsi untuk mencapai gelar kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang dengan ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin Pra Riset kepada :

Nama : Wisnu Tri Pamungkas  
NIM/Program/Smt : 1405026006 / S.1 / IX  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Alamat : Ds. Panjunan Rt.14 Rw.02 Pati  
Tujuan Penelitian : Mencari data untuk penyusunan Skripsi dalam Ilmu Ekonomi Islam Program S.1  
Judul Skripsi : Peran Pemerintah Kabupaten Pati dalam Menggerakkan Ekonomi Kreatif pada Wisata Religi  
Waktu Research : 10 Januari 2019 sampai selesai  
Lokasi Penelitian : Desa Kajen Kec. Purwoyoso Kab. Pati

Demikian atas perhatian dan terkabulnya permohonan ini kami ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Tembusan :  
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang  
(sebagai laporan)



**PEMERINTAH KABUPATEN PATI  
DINAS KEPEMUDAAN OLAHRAGA DAN PARIWISATA**

Jalan Panglima Sudirman No. 12 Pati 59113  
Telepon : (0295) 385457, 385651 e-mail : dinporapar@patikab.go.id  
Faksimile : (0295) 385457 website : dinporapar.patikab.go.id

**RENCANA KEGIATAN  
PEMILIHAN MAS DAN MBAK DUTA WISATA KABUPATEN PATI  
TAHUN 2019**

**I. UMUM**

Dalam rangka memperkenalkan dan mempromosikan potensi wisata Kabupaten Pati kepada khalayak luas, dibutuhkan suatu strategi promosi yang efektif, untuk itu Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pati akan menyelenggarakan kegiatan Duta Wisata Tahun 2019.

Peranan dan keterlibatan Duta Wisata secara aktif sebagai mitra pemerintah dalam mempromosikan obyek-obyek wisata daerah mampu meningkatkan citra pariwisata Kabupaten Pati ditingkat Nasional.

**II. NAMA KEGIATAN**

**"PEMILIHAN MAS DAN MBAK DUTA WISATA KABUPATEN PATI TAHUN 2019"**

**III. MAKSUD DAN TUJUAN**

**1. Maksud**

Memberikan ruang kepada putra putri daerah yang memiliki potensi, bakat dan kompetensi untuk membangun dunia kepariwisataan di daerah sehingga meningkatkan promosi pariwisata daerah.

**2. Tujuan**

- a. Untuk menghasilkan putra putri wisata yang berkualitas, kreatif, inisiatif, dinamis dan berjiwa daerah
- b. Sebagai mitra pemerintah, duta wisata diharapkan mampu dalam mempromosikan kekayaan seni budaya dan pariwisata di Kabupaten Pati.
- c. Untuk lebih mengenal dan melestarikan potensi pariwisata, kebudayaan, dan kesenian daerah.

**IV. PELAKSANAAN**

**1. Persyaratan**

- a. Penduduk Kabupaten Pati, putra dan putri belum menikah dibuktikan dengan fotocopy KTP, Kartu Pelajar/Mahasiswa bagi yang berstatus pelajar/mahasiswa.
- b. Usia minimal 17 tahun terhitung tanggal 1 Juni 2002 dan maksimal 25 tahun bagi peserta mahasiswa/umum dibuktikan dengan KTP.
- c. Sehat jasmani dan rohani yang dibuktikan dengan Surat Keterangan Sehat dari Dokter Pemerintah.
- d. Tinggi badan minimal 165 cm untuk putri dan 170 cm untuk putra.
- e. Mempunyai kemampuan dan pengetahuan bidang kepariwisataan yang memadai.
- f. Menguasai secara aktif bahasa Jawa, Indonesia dan Inggris.
- g. Memiliki kepribadian, penampilan serta etika yang baik
- h. Surat ijin dari orang tua/wali
- i. Menyerahkan pasfoto berwarna ukuran 4x6 cm sebanyak 2 lembar, seluruh badan tampak depan dan samping ukuran poscard masing-masing 1 lembar.



## V. MATERI LOMBA

1. Ujian Tertulis
  - Pengetahuan Kepariwisataaan
  - Psikologi
  - Pengetahuan Umum dan Bahasa Inggris
  - Kebudayaan dan Bahasa Jawa
  - Ngadi Saliro dan Ngadi Busono
2. Wawasan dan Tes Bakat
  - Pengetahuan Kepariwisataaan
  - Pengetahuan Umum dan Bahasa Inggris
  - Kebudayaan dan Bahasa Jawa
  - Bakat dan Ketrampilan yang dimiliki ( seni, tari, menyanyi dsb )
3. Ujian Penampilan Panggung ( bagi finalis )
  - Retorika/Public Speaking
  - Keserasian ( tata busana, tata warna, aksesoris dsb ) dan kelengkapan atribut
  - Make up( tata rias wajah dan rambut )
  - Kemampuan menjawab pertanyaan spontan di atas panggung
  - Penampilan/modelling

## VI. KEJUARAAN

1. Juara I, II, III putra dan putri
2. Juara Harapan putra dan putri
3. Juara Kepribadian putra dan putri
4. Juara Favorit Putra dan Putri
5. Juara Intelegensia Putra dan Putri

Keterangan :

- Juara I Putra dan Putri berkewajiban mewakili Kabupaten Pati ke lomba Mas dan Mbak Duta Wisata Tingkat Provinsi Jawa Tengah Tahun 2019.
- Para finalis akan dilibatkan dalam event tingkat Kabupaten Pati serta kegiatan daerah lainnya.

## VII. HADIAH

Masing-masing juara mendapatkan trophy, piagam penghargaan dan uang pembinaan sebesar :

Juara I	Rp. 5.000.000,-
Juara II	Rp. 4.000.000,-
Juara III	Rp. 3.000.000,-
Juara Harapan	Rp. 2.000.000,-
Juara Kepribadian	Rp. 2.000.000,-
Juara Favorit	Rp. 2.000.000,-
Juara Intelegensia	Rp. 2.000.000,-

Pajak ditanggung pemenang sebesar 5%

**VIII.** Apabila terdapat perubahan waktu pelaksanaan kegiatan atau hal-hal yang lain akan kami informasikan melalui website : [www.ticpati.com](http://www.ticpati.com) dan *IG* [dinporapar.pati](https://www.instagram.com/dinporapar.pati)

## 2. Jadwal Kegiatan dan Tempat

### a. Pendaftaran

Dibuka mulai tanggal 6 Mei s/d 22 Juni 2019

- Senin s/d Kamis : Jam 08.00 s/d 13.00 WIB
- Jumat : Jam 08.00 s/d 11.00 WIB
- Sabtu : Jam 08.00 s/d 12.00 WIB
- Tempat : Bidang Pemasaran, Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kab. Pati, Jl. P. Sudirman No. 12 Pati
- Pendaftaran Online : [www.ticpati.com](http://www.ticpati.com)
- Diharap mengirimkan peserta minimal satu pasang (1 Putra dan 1 Putri)

### b. Temu Teknik

- Hari/Tanggal : Rabu, 26 Juni 2019
- Jam : 08.00 WIB s/d selesai
- Tempat : Aula Dinporapar Kab. Pati, Jl. P. Sudirman No. 12 Pati

### c. Ujian Tertulis

- Hari/Tanggal : Senin, 1 Juli 2019
- Jam : 08.00 WIB s/d selesai
- Tempat : Aula Dinporapar Kab. Pati, Jl. P. Sudirman No. 12 Pati

### d. Ujian Wawancara

- Hari/Tanggal : Selasa dan Rabu / 2 dan 3 Juli 2019
- Jam : 08.00 WIB s/d selesai
- Tempat : Dinporapar Kab. Pati, Jl. P. Sudirman No. 12 Pati

### e. Pengumuman Finalis

- Hari/Tanggal : Sabtu, 6 Juli 2019
- Jam : 12.00 WIB
- Tempat : Papan Pengumuman Dinporapar kab. Pati
- Website : [www.ticpati.com](http://www.ticpati.com)

### f. Temu Teknik Finalis

- Hari/Tanggal : Selasa, 9 Juli 2019
- Jam : 08.30 WIB s/d selesai
- Tempat : Aula Dinporapar Kab. Pati, Jl. P. Sudirman No. 12 Pati

### g. Karantina dan Pembekalan Finalis

- Hari/Tanggal : Jum'at dan Sabtu, 12 dan 13 Juli 2019
- Jam : 08.00 WIB
- Tempat : Kab. Pati (Tempat menyusul)

### h. Gladi Bersih Finalis/Pengenalan Panggung

- Hari/Tanggal : Jumat, 19 Juli 2019
- Jam : 13.00 WIB s/d selesai
- Tempat : Kab. Pati (Tempat menyusul)

### i. Pelaksanaan Final

- Hari/Tanggal : Sabtu, 20 Juli 2019
- Jam : 19.00 WIB s/d selesai
- Tempat : Kab. Pati (Tempat menyusul)

**IX.** Hal-hal lain yang belum jelas dapat menghubungi :

1. DARMINI, S.H. (081326069222)
2. ENDANG SUSI NARTATI, S.E. ( 082135688499 )
3. NOVIE PERMATASARI, A.Ma.Pust. (081228320856)



KEPALA DINAS KEPEMUDAAN  
OLAH RAGA DAN PARAWASATA  
KABUPATEN BOJONEgara  
DINPORABOJONEgara

SIGIT HARTOKO, SH  
APR. 2011  
NIP. 19590901 198903 1 012



YAYASAN MBAH AHMAD MUTAMAKKIN  
 المركز الإسلامي الجاهلي  
**ISLAMIC CENTRE KAJEN (ICK)**

No : 019/E/ICK/1/1/19

SURAT PENGANTAR

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarokatuh*

Bersama ini kami sampaikan bahwa ;

Nama : Wisnu Tri Pamungkas  
 Kampus : UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
 Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
 NIM : 1405026006

Telah melaksanakan wawancara mengenai **Profil dan Wisata Religi Syekh Ahmad Mutamakkin** kepada pengurus Islamic Centre Kajen ;

Nama : Zuli Rizal  
 Divisi : Media & Informasi  
 Tanggal : 1 Mei 2019

Demikian surat ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

*Wallohul Muwaffiq Ila Aqwamith Thoriq*

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarokatuh*

Kajen, 5 Mei 2019

Hormat kami

Muhammad Azwar Anas.  
 Ketua Islamic Centre Kajen.

A. Khoirun Niam  
 Sekretaris





## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama Lengkap : Wisnu Tri Pamungkas  
NIM : 1405026006  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Tempat, Tanggal Lahir : Pati, 6 Juni 1996  
Agama : Islam  
Alamat : Jln. Kyai Pupus, No 225, Desa Panjunan RT 14 RW 02  
Kec.Pati, Kab.Pati  
Pendidikan : - SD N BLARU 02 Lulus Tahun 2008  
- SMP N 1 Margorejo Lulus Tahun 2011  
- SMA N 3 PATI Lulus Tahun 2014  
- Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Walisongo Semarang Angkatan 2014

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat  
dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 10 Juli 2019

Wisnu Tri Pamungkas

NIM. 1405026006

**BIODATA DIRI**

Nama Lengkap : Wisnu Tri Pamungkas  
Tempat, Tanggal Lahir : Pati, 6 Juni 1996  
NIM : 1405026006  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Nama Orang Tua  
Bapak : Djoko Sunti  
Ibu : Jasmi  
Alamat : Jln. Kyai Pupus, No 225, Desa Panjunan RT 14 RW 02  
Kec.Pati, Kab.Pati

Demikian Biodata diri ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 10 Juli 2019

Wisnu Tri Pamungkas

NIM. 1405026006

## DOKUMENTASI



Wawancara dengan bapak Muhammad Ridwan juru kunci makam Syeikh Ahmad Mutamakkin Kajen Pada tanggal 1 Mei 2019



Wawancara dengan Mas Zuli Rizal, perwakilan Islamic Center Kaden bagian media dan informasi pada tanggal 1 Mei 2019



Wawancara dengan Mas Zuli Rizal, sebagai pengusaha kaos sablon “Ngaos Kadjen” pada tanggal 1 Mei 2019.



Wawancara dengan bapak Drs. Soehartomo, S.E Penanggung jawab DINPORAPAR kab. Pati bidang Ekonomi kreatif pada tanggal 29 Mei 2019

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama Lengkap : Wisnu Tri Pamungkas  
 NIM : 1405026006  
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Tempat, Tanggal Lahir : Pati, 6 Juni 1996  
 Agama : Islam  
 Alamat : Jln. Kyai Pupus, No 225, Desa Panjunan RT 14 RW 02  
 Kec.Pati, Kab.Pati  
 Pendidikan : - SD N BLARU 02 Lulus Tahun 2008  
 - SMP N 1 Margorejo Lulus Tahun 2011  
 - SMA N 3 PATI Lulus Tahun 2014  
 - Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
 UIN Walisongo Semarang Angkatan 2014

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

**BIODATA DIRI**

Nama Lengkap : Wisnu Tri Pamungkas

Tempat, Tanggal Lahir : Pati, 6 Juni 1996

NIM : 1405026006

Jurusan : Ekonomi Islam

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Nama Orang Tua

Bapak : Djoko Sunti

Ibu : Jasmi

Alamat : Jln. Kyai Pupus, No 225, Desa Panjunan RT 14 RW 02  
Kec.Pati, Kab.Pati

Demikian Biodata diri ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.